



**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 COSTURA DE LA COMUNA PROSPERIDAD  
DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN  
DEL CANTÓN SANTA ELENA DE LA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2014”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previa a la obtención del Título de:**

**INGENIERO EN  
DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: ROBERTO GONZÁLEZ VILLÓN**

**TUTORA: ING. JÉSSICA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR  
2014**

**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 COSTURA DE LA COMUNA PROSPERIDAD  
DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN  
DEL CANTÓN SANTA ELENA DE LA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA,  
AÑO 2014”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Previa a la obtención del Título de:**

**INGENIERO EN  
DESARROLLO EMPRESARIAL**

**AUTOR: ROBERTO GONZÁLEZ VILLÓN**

**TUTORA: ING. JÉSSICA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2014**

**La Libertad, 13 de Enero del 2014.**

### **APROBACIÓN DE LA TUTORA**

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, “PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN COSTURA DE LA COMUNA PROSPERIDAD DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN DEL CANTÓN SANTA ELENA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014” elaborado por el Sr. Roberto Carlos González Villón, egresado de la Carrera de Desarrollo Empresarial, de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....

**Ing. Jéssica Soraya Linzán Rodríguez, MSc.**

**TUTORA**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a cada una de las personas que me ayudaron desde el inicio hasta el final del mismo y en especial:

A Dios por brindarme en todo momento salud, fortaleza y sabiduría en las distintas esferas de la vida. A mis progenitores por darme el amor, confianza y apoyo incondicional en mi etapa estudiantil; por inculcarme los principios y valores que me hace una persona con gran espíritu de lucha y de progreso. A mis familiares por su comprensión, ayuda y orientación que contribuyeron en mi formación personal y profesional.

A los artesanos en costura y directivos de la comuna Prosperidad por su cooperación, confianza y por su ardua labor para llevar a cabo el presente trabajo de titulación.

**ROBERTO.**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer infinitamente a las personas que en todo momento me apoyaron y me brindaron sus conocimientos y experiencias, de manera especial a:

Mi familia por el amor, confianza y respaldo brindado a mis acciones. A cada una de las personas que durante el transcurso de desarrollo del presente trabajo contribuyeron de manera desinteresada. A la docente Tutora y al docente Especialista por la asesoría y orientación referidas a cada etapa del presente trabajo de titulación.

**ROBERTO.**

**TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

Econ. Félix Tigrero González, MSc.  
**DIRECTOR DE CARRERA DE  
DESARROLLO EMPRESARIAL**

---

Ing. Jéssica Linzán Rodríguez, MSc.  
**PROFESORA - TUTORA**

---

Econ. William Caiche Rosales, MSc.  
**PROFESOR DEL ÁREA**

---

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

**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 COSTURA  
DE LA COMUNA PROSPERIDAD DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ  
DE ANCÓN DEL CANTÓN SANTA ELENA DE LA  
PROVINCIA DE SANTA ELENA”

**Autor:** Roberto Carlos González Villón.

**Tutora:** Ing. Jéssica Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo de investigación determinar la incidencia de las estrategias de trabajo cooperativo en la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad mediante el análisis situacional y con la participación activa de los involucrados para el diseño de un plan de asociatividad; contiene la definición de conceptos básicos para la elaboración de la propuesta; se utilizó la investigación descriptiva, bibliográfica y de campo; se acudieron a métodos y técnicas de investigación, para luego proceder a la elaboración de instrumentos con reactivos orientados al objeto de estudio y correlacionada con el cuadro de la operacionalización de las variables; se determinó la muestra de la población del proyecto a través del muestreo probabilístico y censo; las encuestas y entrevistas fueron sometida a una prueba piloto para comprobar su grado de confiabilidad y validez, después fue aplicada a cada elemento de la muestra, las mismas que sirvieron de guías y de gran utilidad para el acopio de información. Este trabajo de titulación contiene cuatro capítulos: en el primero se detalla el marco teórico donde se visualizan los conceptos inherentes al contexto del proyecto y al final está acompañada del marco legal; en el segundo la metodología aplicada y en el tercero análisis e interpretación de resultados y en el cuarto la propuesta; en ésta fue desarrollada siguiendo las etapas de la asociatividad para viabilizar su proceso, conteniendo un modelo asociativo, estrategias de carácter colectivo, información relevante que aportará para dar solución a los múltiples problemas que enfrentan los artesanos en costura de la comuna antes mencionada, con el fin de obtener una asociación legalmente constituida, con vertientes a alcanzar los beneficios de la asociatividad, aumentar su participación en el mercado e incrementar su nivel de competitividad.

**ÍNDICE GENERAL**

|                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| PORTADA.....                       | I     |
| CONTRAPORTADA .....                | II    |
| APROBACIÓN DE LA TUTORA.....       | II    |
| DEDICATORIA .....                  | III   |
| AGRADECIMIENTO .....               | IV    |
| TRIBUNAL DE GRADO .....            | V     |
| RESUMEN EJECUTIVO .....            | VI    |
| ÍNDICE GENERAL.....                | VII   |
| ÍNDICE DE CUADROS.....             | XVII  |
| ÍNDICE DE TABLAS .....             | XX    |
| ÍNDICES DE GRÁFICOS.....           | XXI   |
| ÍNDICE DE ANEXOS.....              | XXIII |
| INTRODUCCIÓN .....                 | 1     |
| MARCO CONTEXTUAL .....             | 2     |
| PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....     | 2     |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....   | 2     |
| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....      | 6     |
| SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA ..... | 6     |
| JUSTIFICACIÓN .....                | 7     |
| OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 9     |
| OBJETIVO GENERAL.....              | 9     |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....         | 9     |

|   |    |
|---|----|
| HIPÓTESIS.....  | 10 |
| IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES .....                                 | 11 |
| OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....                              | 12 |
| CAPÍTULO I.....   | 14 |
| MARCO TEÓRICO.....  | 14 |
| 1.1 ANTECEDENTES.....   | 14 |
| 1.1.1 LA ASOCIATIVIDAD EN ECUADOR .....                               | 14 |
| 1.1.2 ACTIVIDAD PRODUCTIVA ARTESANAL EN ECUADOR .....                 | 16 |
| 1.1.3 ORIGEN DE LA COSTURA .....                                      | 16 |
| 1.1.4 SECTOR TEXTIL Y CONFECCIÓN EN EL ECUADOR .....                  | 17 |
| 1.1.5 FOMENTO COMERCIAL DE LA COSTURA EN ECUADOR.....                 | 19 |
| 1.1.6 GRUPOS ASOCIATIVOS DE CORTE Y CONFECCIÓN EN EL<br>ECUADOR ..... | 20 |
| 1.1.7 ARTESANOS EN COSTURA EN LA PROVINCIA DE SANTA<br>ELENA .....    | 21 |
| 1.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....                                       | 23 |
| 1.2.1 ARTESANOS .....   | 23 |
| 1.2.1.1 TIPOS DE ARTESANOS.....                                       | 24 |
| 1.2.1.2 ARTESANÍAS .....  | 26 |
| 1.2.1.3 ARTESANOS EN COSTURA .....                                    | 26 |
| 1.2.2 PLAN DE ASOCIATIVIDAD .....                                     | 27 |
| 1.2.2.1 ASOCIATIVIDAD .....   | 28 |
| 1.2.2.2 OBJETIVOS DE LA ASOCIATIVIDAD .....                           | 30 |
| 1.2.2.3 VENTAJAS DE LA ASOCIATIVIDAD .....                            | 31 |
| 1.2.2.4 CARACTERÍSTICAS DE LA ASOCIATIVIDAD .....                     | 32 |

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 1.2.2.5  | DIMENSIONES DE LA ASOCIATIVIDAD .....              | 33 |
| 1.2.2.6  | OBSTÁCULOS DE LA ASOCIATIVIDAD .....               | 33 |
| 1.2.2.7  | RESTRICCIONES DE LA ASOCIATIVIDAD.....             | 34 |
| 1.2.2.8  | AGENTES QUE PROMUEVEN LA ASOCIATIVIDAD .....       | 34 |
| 1.2.2.9  | TIPOS DE ASOCIATIVIDAD.....                        | 34 |
| 1.2.2.10 | INSTRUMENTOS PARA LA ASOCIATIVIDAD .....           | 36 |
| 1.2.2.11 | PROCESO ASOCIATIVO POR ETAPAS .....                | 36 |
| 1.2.3    | TIPOS DE REDES EMPRESARIALES .....                 | 37 |
| 1.2.4    | MODELO ASOCIATIVO .....                            | 39 |
| 1.2.5    | ESTRATEGIAS DE TRABAJO COOPERATIVO .....           | 41 |
| 1.2.6    | TRABAJO EN EQUIPO.....                             | 42 |
| 1.2.6.1  | VENTAJAS DEL TRABAJO EN EQUIPO.....                | 42 |
| 1.2.6.2  | DESVENTAJAS DEL TRABAJO EN EQUIPO .....            | 42 |
| 1.2.7    | MECANISMO DE COOPERACIÓN .....                     | 43 |
| 1.2.8    | TOMA DE DECISIONES .....                           | 43 |
| 1.2.9    | COMPETITIVIDAD .....                               | 44 |
| 1.2.9.1. | FACTORES CLAVES DE LA COMPETITIVIDAD.....          | 46 |
| 1.2.9.2  | ESTRATEGIAS COMPETITIVAS .....                     | 46 |
| 1.2.10   | MERCADO.....                                       | 50 |
| 1.2.11   | VENTA.....   | 52 |
| 1.2.12   | PRODUCTO .....                                     | 53 |
| 1.2.13   | SERVICIOS .....                                    | 54 |
| 1.2.14   | LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS (MICHAEL PORTER) .. | 55 |
| 1.2.15   | CADENA DE VALOR.....                               | 56 |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 1.2.16 | MATRIZ DE ANÁLISIS FODA.....  | 59 |
| 1.2.17 | MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS.....  | 60 |
| 1.2.18 | MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS .....   | 62 |
| 1.2.19 | MATRIZ FODA .....   | 64 |
| 1.2.20 | MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC).....  | 65 |
| 1.2.21 | MATRIZ DEL BOSTON CONSULTING GROUP (BCG).....   | 66 |
| 1.3.   | FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....   | 69 |
| 1.3.1  | LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....  | 69 |
| 1.3.2  | EL PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR 2013 – 2017.....  | 73 |
| 1.3.3  | EL CÓDIGO ORGÁNICO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO E<br>INVERSIONES .....                           | 77 |
| 1.3.4  | LA LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL<br>SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO ..... | 79 |
| 1.3.5  | LA LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO .....  | 82 |
| 1.3.6  | LEY DE FOMENTO ARTESANAL.....   | 84 |
| 1.3.7  | LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO.....   | 86 |
| 1.3.8  | LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR.....   | 87 |
|        | CAPÍTULO II .....   | 88 |
|        | METODOLOGÍA .....   | 88 |
| 2.1    | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....  | 88 |
| 2.2    | MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....   | 88 |
| 2.3    | TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....  | 88 |
| 2.3.1  | INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....  | 89 |
| 2.3.2  | INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....  | 89 |
| 2.3.3  | INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....  | 89 |

|         |  |     |
|---------|--|-----|
| 2.4     | MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....                       | 90  |
| 2.4.1   | MÉTODO DE LA OBSERVACIÓN .....                       | 90  |
| 2.4.2   | MÉTODO DEDUCTIVO – INDUCTIVO .....                   | 90  |
| 2.4.3   | MÉTODO DE ANÁLISIS – SÍNTESIS .....                  | 90  |
| 2.5     | TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....                       | 91  |
| 2.5.1   | ENTREVISTAS.....                                     | 91  |
| 2.5.2   | ENCUESTAS.....                                       | 92  |
| 2.6     | INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....                    | 92  |
| 2.6.1   | CUESTIONARIO .....                                   | 92  |
| 2.6.2   | INSTRUMENTO .....                                    | 93  |
| 2.7     | POBLACIÓN Y MUESTRA.....                             | 95  |
| 2.7.1   | MÉTODOS DE MUESTREO .....                            | 96  |
| 2.7.1.1 | MUESTREO PROBABILÍSTICO.....                         | 96  |
| 2.8     | PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....              | 98  |
| 2.9     | PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS .....                       | 98  |
|         | CAPÍTULO III.....                                    | 100 |
|         | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....         | 100 |
| 3.1     | ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....         | 100 |
| 3.1.1   | ENTREVISTA REALIZADAS A LOS ARTESANOS EN COSTURA..   | 100 |
| 3.1.2   | ENTREVISTA REALIZADAS A DIRECTIVOS DE LA COMUNA..... | 105 |
| 3.1.3   | ENCUESTA A LOS ARTESANOS EN COSTURA.....             | 110 |
| 3.1.4   | ENCUESTAS REALIZADAS A CLIENTES.....                 | 127 |
| 3.2     | CONCLUSIONES .....                                   | 144 |
| 3.3     | RECOMENDACIONES .....                                | 146 |

|  |     |
|--|-----|
| CAPÍTULO IV.....   | 148 |
| PROPUESTA.....   | 148 |
| “PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN COSTURA DE LA COMUNA PROSPERIDAD DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN DEL CANTÓN SANTA ELENA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA” | 148 |
| 4.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD .....  | 148 |
| 4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....   | 149 |
| 4.3 OBJETIVOS .....  | 150 |
| 4.3.1 OBJETIVO GENERAL .....   | 150 |
| 4.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....   | 150 |
| 4.4 PROCESO DE CONSTITUCIÓN DE LA ASOCIACIÓN .....   | 151 |
| 4.5 PROCESO DE LA ASOCIATIVIDAD .....  | 155 |
| 4.6 PROCESO ASOCIATIVO .....   | 157 |
| 4.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA ASOCIACIÓN .....   | 161 |
| 4.7.1 ESTRUCTURA INTERNA DE LA ASOCIACIÓN.....   | 161 |
| 4.7.1.1 DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES DE LA ESTRUCTURA INTERNA .....  | 161 |
| 4.7.2 NIVELES DE LA ESTRUCTURA INTERNA DE LA ASOCIACIÓN .  | 165 |
| 4.7.2.1 NIVELES DE DECISIÓN .....  | 165 |
| 4.7.2.2 NIVEL DE ASESORÍA.....   | 165 |
| 4.7.2.3 NIVEL DE APOYO.....  | 165 |
| 4.7.2.4 NIVEL DE DIRECCIÓN.....  | 166 |
| 4.7.2.5 NIVEL OPERATIVO .....  | 166 |
| 4.8 FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO DE LA ASOCIACIÓN .....  | 167 |
| 4.9 CONSTRUCCIÓN DEL MODELO DE LA ASOCIACIÓN .....   | 168 |

|  |     |
|--|-----|
| 4.9.1 PROYECTOS DE LA ASOCIACIÓN .....                                       | 169 |
| 4.9.1.1 GESTIÓN DE PROYECTOS DE LA ASOCIACIÓN.....                           | 169 |
| 4.9.2 CARACTERÍSTICAS DE LA ASOCIACIÓN .....                                 | 171 |
| 4.9.3 GANANCIAS Y BENEFICIOS DE LA ASOCIACIÓN.....                           | 172 |
| 4.9.4 GENERALIDADES DE LA ASOCIACIÓN .....                                   | 172 |
| 4.9.5 DESCRIPCIÓN DEL GIRO DEL NEGOCIO .....                                 | 173 |
| 4.9.6 MODELO DE LA CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE LA<br>ASOCIACIÓN .....      | 174 |
| 4.9.6.1 CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE LA ASOCIACIÓN.....                     | 174 |
| 4.10 PROCESO PRODUCTIVO DE PRENDAS DE VESTIR .....                           | 178 |
| 4.10.1 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO PRODUCTIVO DE PRENDAS<br>DE VESTIR ..... | 179 |
| 4.10.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LOS ARTESANOS EN<br>COSTURA .....     | 181 |
| 4.10.3 POLÍTICA DE CALIDAD DE LA ASOCIACIÓN.....                             | 182 |
| 4.10.4 CANTIDAD DE TELAS .....   | 186 |
| 4.10.5 ETIQUETA, LOGO Y SLOGAN.....  | 188 |
| 4.11 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LA ASOCIACIÓN .....                          | 189 |
| 4.11.1 PUNTOS DE VENTAS .....  | 190 |
| 4.11.2 ESTRATEGIAS DE VENTAS.....  | 190 |
| 4.12 COMPONENTES ESTRATÉGICOS.....   | 191 |
| 4.12.1 FILOSOFÍA EMPRESARIAL .....   | 192 |
| 4.12.2 MISIÓN .....  | 192 |
| 4.12.3 VISIÓN .....  | 192 |
| 4.12.4 VALORES INSTITUCIONALES .....   | 192 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.12.5 POLÍTICAS INSTITUCIONALES .....                      | 194 |
| 4.12.6 MATRICES ESTRATÉGICAS .....                          | 195 |
| 4.12.6.1 MATRIZ FODA.....                                   | 195 |
| 4.12.6.2 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS..... | 199 |
| 4.12.6.3 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS .....    | 200 |
| 4.12.6.4 MATRIZ ESTRATÉGICA FODA .....                      | 200 |
| 4.12.6.4.1 ESTRATEGIA CRECIMIENTO (FO).....                 | 202 |
| 4.12.6.4.2 ESTRATEGIAS PRESERVACIÓN (DO) .....              | 203 |
| 4.12.6.4.3 ESTRATEGIAS COMPORTAMIENTO (FA) .....            | 204 |
| 4.12.6.4.4 ESTRATEGIAS DE CAMBIO (DA).....                  | 205 |
| 4.12.6.5 MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC).....           | 205 |
| 4.12.6.6 MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP .....               | 206 |
| 4.12.6.7 CADENA DE VALOR.....                               | 208 |
| 4.13 ESTRATEGIAS DE APERTURA .....                          | 210 |
| 4.14 ESTRATEGIAS DE FORMALIZACIÓN .....                     | 211 |
| 4.15 ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX.....                      | 211 |
| 4.16 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE LA ASOCIACIÓN .....        | 213 |
| 4.17 RELACIONES INTERINSTITUCIONALES DE LA ASOCIACIÓN ..... | 215 |
| 4.18 MERCADO.....   | 219 |
| 4.18.1 MERCADO OBJETIVO.....                                | 219 |
| 4.18.2 DEMANDA .....  | 220 |
| 4.19 PRODUCCIÓN DE LOS ARTESANOS EN COSTURA .....           | 222 |
| 4.19.1 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.....                          | 222 |
| 4.20 PRESUPUESTO DE LA ASOCIACIÓN .....                     | 224 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.20.1 FINANCIAMIENTO .....                   | 224 |
| 4.20.2 ESTRUCTURA FINANCIERA .....            | 225 |
| 4.20.3 GASTOS DE CONSTITUCIÓN .....           | 226 |
| 4.20.4 PRÉSTAMO BANCARIO.....                 | 226 |
| 4.20.5 INVERSIONES .....                      | 226 |
| 4.20.6 OTROS INGRESOS .....                   | 228 |
| 4.20.7 VALOR DE DESECHO .....                 | 228 |
| 4.20.8 COSTOS DE PRODUCCIÓN .....             | 229 |
| 4.20.9 GASTOS EN SERVICIOS BÁSICOS .....      | 230 |
| 4.20.10 GASTOS DE VENTAS .....                | 231 |
| 4.20.11 GASTOS ADMINISTRATIVOS .....          | 231 |
| 4.20.12 OTROS GASTOS OPERACIONALES .....      | 231 |
| 4.20.13 GASTOS NO OPERACIONALES .....         | 232 |
| 4.20.14 CAPITAL DE TRABAJO .....              | 232 |
| 4.20.15 ROLES DE PAGOS.....                   | 233 |
| 4.20.16 ESTADO DE RESULTADO CONSOLIDADO ..... | 234 |
| 4.20.17 FLUJO DE CAJA CONSOLIDADO.....        | 235 |
| 4.20.18 PUNTO DE EQUILIBRIO .....             | 236 |
| 4.20.19 EVALUACIÓN ECONÓMICA .....            | 236 |
| 4.20.20 PAYBACK.....                          | 237 |
| 4.20.21 INGRESOS COMPARATIVOS.....            | 237 |
| 4.21 CRONOGRAMA.....                          | 238 |
| 4.22 CONCLUSIONES .....                       | 239 |
| 4.23 RECOMENDACIONES .....                    | 241 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| BIBLIOGRAFÍA ..... | 242 |
| GLOSARIO .....     | 249 |
| ANEXOS .....       | 250 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|  |     |
|--|-----|
| CUADRO N° 1 Variable independiente .....                               | 12  |
| CUADRO N° 2 Variable dependiente.....                                  | 13  |
| CUADRO N° 3 Participación textiles en las provincias .....             | 18  |
| CUADRO N° 4 Artesanos confeccionistas del Ecuador.....                 | 21  |
| CUADRO N° 5 Artesanos registrados en la JNDA .....                     | 23  |
| CUADRO N° 6 Tipos de Decisiones .....                                  | 44  |
| CUADRO N° 7 FODA.....  | 60  |
| CUADRO N° 8 MEFI.....  | 62  |
| CUADRO N° 9 MEFE .....   | 64  |
| CUADRO N° 10 Matriz FODA .....   | 65  |
| CUADRO N° 11 Matriz del Perfil Competitivo .....                       | 65  |
| CUADRO N° 12 Etapas para el diseño y elaboración del cuestionario..... | 94  |
| CUADRO N° 13 Población.....  | 95  |
| CUADRO N° 14 Muestra.....  | 97  |
| CUADRO N° 15 Nómina de Artesanos en costura.....                       | 159 |
| CUADRO N° 16 Indicadores de gestión y Factores críticos de éxito.....  | 167 |
| CUADRO N° 17 Cuadro Comparativo de Beneficios .....                    | 172 |
| CUADRO N° 18 Estrategias en base a necesidades .....                   | 173 |
| CUADRO N° 19 Diagrama de Flujo de Procesos.....                        | 178 |
| CUADRO N° 20 Descripción de los productos .....                        | 181 |
| CUADRO N° 21 Detalle de la producción de faldas .....                  | 181 |
| CUADRO N° 22 Detalle de la producción de blusas.....                   | 182 |
| CUADRO N° 23 Cantidad de telas .....                                   | 186 |
| CUADRO N° 24 Tipos de telas .....                                      | 187 |
| CUADRO N° 25 FODA.....   | 195 |
| CUADRO N° 26 MEFI.....   | 199 |
| CUADRO N° 27 MEFE .....  | 200 |
| CUADRO N° 28 Matriz Estratégica Foda .....                             | 201 |
| CUADRO N° 29 Estrategias de Crecimiento.....                           | 202 |
| CUADRO N° 30 Estrategias de Preservación.....                          | 203 |
| CUADRO N° 31 Estrategias de Comportamiento .....                       | 204 |
| CUADRO N° 32 Estrategias de Cambios .....                              | 205 |
| CUADRO N° 33 Matriz del Perfil Competitivo (MPC) .....                 | 205 |
| CUADRO N° 34 Estrategia de apertura.....                               | 210 |
| CUADRO N° 35 Estrategias de formalización .....                        | 211 |
| CUADRO N° 36 Estrategia del Precio.....                                | 211 |
| CUADRO N° 37 Estrategia de Producto .....                              | 212 |

|  |     |
|--|-----|
| CUADRO N° 38 Estrategia de Promoción .....                     | 212 |
| CUADRO N° 39 Estrategia de Plaza .....                         | 213 |
| CUADRO N° 40 Estrategia de Diferenciación .....                | 214 |
| CUADRO N° 41 Estrategia de Liderazgo en costos .....           | 215 |
| CUADRO N° 42 Estrategia de Enfoque .....                       | 215 |
| CUADRO N° 43 Mercado Meta .....                                | 219 |
| CUADRO N° 44 Segmento de mercado .....                         | 219 |
| CUADRO N° 45 Mercado Objetivo .....                            | 219 |
| CUADRO N° 46 Segmento de mercado .....                         | 219 |
| CUADRO N° 47 Demanda 2015 .....                                | 220 |
| CUADRO N° 48 Segmento de mercado 2015 .....                    | 221 |
| CUADRO N° 49 Demanda Potencial Proyectada.....                 | 221 |
| CUADRO N° 50 Demanda Real Proyectada .....                     | 221 |
| CUADRO N° 51 Demanda Efectiva Proyectada .....                 | 221 |
| CUADRO N° 52 Demanda Insatisfecha .....                        | 222 |
| CUADRO N° 53 Programa de Producción .....                      | 222 |
| CUADRO N° 54 Producción Mensual.....                           | 222 |
| CUADRO N° 55 Producción Anual.....                             | 222 |
| CUADRO N° 56 Capacidad de Producción.....                      | 223 |
| CUADRO N° 57 Detalle de Aporte de los asociados .....          | 224 |
| CUADRO N° 58 Aporte de los asociados.....                      | 225 |
| CUADRO N° 59 Aportes de los Asociados Cuotas.....              | 225 |
| CUADRO N° 60 Financiamiento.....                               | 225 |
| CUADRO N° 61 Estructura Financiera .....                       | 225 |
| CUADRO N° 62 Gastos de constitución .....                      | 226 |
| CUADRO N° 63 Préstamo bancario .....                           | 226 |
| CUADRO N° 64 Tabla de amortización .....                       | 226 |
| CUADRO N° 65 Activos Fijos .....                               | 226 |
| CUADRO N° 66 Obras Físicas .....                               | 227 |
| CUADRO N° 67 Inversiones en maquinarias y equipos .....        | 227 |
| CUADRO N° 68 Ingresos por ventas de maquinarias y equipos..... | 228 |
| CUADRO N° 69 Valor de desecho .....                            | 228 |
| CUADRO N° 70 Composición de los costos .....                   | 229 |
| CUADRO N° 71 Costos Proyectados .....                          | 229 |
| CUADRO N° 72 Costos Con y Sin Asociatividad.....               | 229 |
| CUADRO N° 73 Costos de Producción Anuales.....                 | 230 |
| CUADRO N° 74 Gastos por servicios básicos .....                | 230 |
| CUADRO N° 75 Gastos de ventas .....                            | 231 |
| CUADRO N° 76 Gastos administrativos .....                      | 231 |
| CUADRO N° 77 Capacitación.....                                 | 231 |

|  |     |
|--|-----|
| CUADRO N° 78 Gastos de Mantenimiento de Máquinas y Equipos ..... | 231 |
| CUADRO N° 79 Gastos de Seguros de Máquinas.....                  | 232 |
| CUADRO N° 80 Presupuesto de Ingresos .....                       | 232 |
| CUADRO N° 81 Presupuesto de Egresos .....                        | 232 |
| CUADRO N° 82 Presupuesto de Caja .....                           | 232 |
| CUADRO N° 83 Ingresos Mensuales .....                            | 233 |
| CUADRO N° 84 Ingresos Proyectados.....                           | 233 |
| CUADRO N° 85 Estado de Resultado Consolidado.....                | 234 |
| CUADRO N° 86 Flujo de Caja Consolidado.....                      | 235 |
| CUADRO N° 87 Métodos de Evaluación Económica.....                | 236 |
| CUADRO N° 88 Payback .....                                       | 237 |
| CUADRO N° 89 Ingreso Comparativo Mensual .....                   | 237 |
| CUADRO N° 90 Cronograma.....                                     | 238 |
| CUADRO N° 91 Maquinarias.....                                    | 281 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| TABLA N° 1 Género .....   | 110 |
| TABLA N° 2 Edad .....   | 111 |
| TABLA N° 3 Negocios existentes que venden ropa .....                | 112 |
| TABLA N° 4 Conocimientos en costura.....                            | 113 |
| TABLA N° 5 Taller de trabajo .....                                  | 114 |
| TABLA N° 6 Maquinarias .....  | 115 |
| TABLA N° 7 Costo de materia prima.....                              | 116 |
| TABLA N° 8 Lugar comprar telas .....                                | 117 |
| TABLA N° 9 Capacitación .....                                       | 118 |
| TABLA N° 10 Calidad del producto.....                               | 119 |
| TABLA N° 11 Cooperación entre artesanos en costura.....             | 120 |
| TABLA N° 12 Participación grupal .....                              | 121 |
| TABLA N° 13 Abastecimiento de materia prima .....                   | 122 |
| TABLA N° 14 Trabajo en equipo .....                                 | 123 |
| TABLA N° 15 Valor adicional.....                                    | 124 |
| TABLA N° 16 Capacidad de negociación .....                          | 125 |
| TABLA N° 17 Necesidad de asociarse .....                            | 126 |
| TABLA N° 18 Género .....  | 127 |
| TABLA N° 19 Edad .....  | 128 |
| TABLA N° 20 Negocios en la comuna Prosperidad.....                  | 129 |
| TABLA N° 21 Actividad artesanal costura.....                        | 130 |
| TABLA N° 22 Capacitación constante .....                            | 131 |
| TABLA N° 23 Asociarse para la compra de materia prima.....          | 132 |
| TABLA N° 24 Creatividad en la confección de ropa.....               | 133 |
| TABLA N° 25 Venta bajo pedido .....                                 | 134 |
| TABLA N° 26 Créditos financieros .....                              | 135 |
| TABLA N° 27 Calidad del producto al momento de comprar ropa .....   | 136 |
| TABLA N° 28 Precio al momento de comprar ropa.....                  | 137 |
| TABLA N° 29 Cooperación entre artesanos en costura.....             | 138 |
| TABLA N° 30 Creación de una asociación (costura) .....              | 139 |
| TABLA N° 31 Beneficio común.....                                    | 140 |
| TABLA N° 32 Cooperación de Instituciones del gobierno .....         | 141 |
| TABLA N° 33 Acceso a financiamiento.....                            | 142 |
| TABLA N° 34 Producción y comercialización de prendas de vestir..... | 143 |

## ÍNDICES DE GRÁFICOS

|   |     |
|---|-----|
| GRÁFICO N° 1 Modelo Asociativo .....                                  | 40  |
| GRÁFICO N° 2 Cinco Fuerzas de Porter .....                            | 56  |
| GRÁFICO N° 3 Cadena de valor .....                                    | 57  |
| GRÁFICO N° 4 BCG.....   | 66  |
| GRÁFICO N° 5 Género .....   | 110 |
| GRÁFICO N° 6 Edad.....  | 111 |
| GRÁFICO N° 7 Negocios existentes que venden ropa.....                 | 112 |
| GRÁFICO N° 8 Conocimientos en costura .....                           | 113 |
| GRÁFICO N° 9 Taller de trabajo.....                                   | 114 |
| GRÁFICO N° 10 Maquinarias .....                                       | 115 |
| GRÁFICO N° 11 Costo de materia prima.....                             | 116 |
| GRÁFICO N° 12 Lugar comprar telas.....                                | 117 |
| GRÁFICO N° 13 Capacitación .....                                      | 118 |
| GRÁFICO N° 14 Calidad del producto .....                              | 119 |
| GRÁFICO N° 15 Cooperación entre artesanos en costura .....            | 120 |
| GRÁFICO N° 16 Participación grupal.....                               | 121 |
| GRÁFICO N° 17 Abastecimiento de materia prima.....                    | 122 |
| GRÁFICO N° 18 Trabajo en equipo .....                                 | 123 |
| GRÁFICO N° 19 Valor adicional .....                                   | 124 |
| GRÁFICO N° 20 Capacidad de negociación .....                          | 125 |
| GRÁFICO N° 21 Necesidad de asociarse .....                            | 126 |
| GRÁFICO N° 22 Género .....  | 127 |
| GRÁFICO N° 23 Edad.....   | 128 |
| GRÁFICO N° 24 Negocios en la comuna Prosperidad.....                  | 129 |
| GRÁFICO N° 25 Actividad artesanal costura .....                       | 130 |
| GRÁFICO N° 26 Capacitación constante .....                            | 131 |
| GRÁFICO N° 27 Asociarse para la compra de materia prima .....         | 132 |
| GRÁFICO N° 28 Creatividad en la confección de ropa .....              | 133 |
| GRÁFICO N° 29 Venta bajo pedido.....                                  | 134 |
| GRÁFICO N° 30 Créditos financieros.....                               | 135 |
| GRÁFICO N° 31 Calidad del producto al momento de comprar ropa .....   | 136 |
| GRÁFICO N° 32 Precio al momento de comprar ropa.....                  | 137 |
| GRÁFICO N° 33 Cooperación entre artesanos en costura .....            | 138 |
| GRÁFICO N° 34 Creación de una asociación (costura).....               | 139 |
| GRÁFICO N° 35 Beneficio común.....                                    | 140 |
| GRÁFICO N° 36 Cooperación de Instituciones del gobierno .....         | 141 |
| GRÁFICO N° 37 Acceso de financiamiento .....                          | 142 |
| GRÁFICO N° 38 Producción y comercialización de prendas de vestir..... | 143 |

|  |     |
|--|-----|
| GRÁFICO N° 39 Proceso de constitución de una asociación.....           | 151 |
| GRÁFICO N° 40 Esquema de elementos para proceso de asociatividad ..... | 155 |
| GRÁFICO N° 41 Proceso asociativo .....                                 | 157 |
| GRÁFICO N° 42 Organigrama de la Asociación .....                       | 161 |
| GRÁFICO N° 43 Modelo de la Asociación .....                            | 168 |
| GRÁFICO N° 44 Proyectos de la asociación.....                          | 169 |
| GRÁFICO N° 45 Cinco Fuerzas Competitivas de la Asociación .....        | 174 |
| GRÁFICO N° 46 Diagrama de flujo de proceso productivo de ropa.....     | 179 |
| GRÁFICO N° 47 Etiqueta.....  | 188 |
| GRÁFICO N° 48 Logo.....  | 188 |
| GRÁFICO N° 49 Slogan .....   | 188 |
| GRÁFICO N° 50 Canal Directo.....                                       | 189 |
| GRÁFICO N° 51 Canal Detallista .....                                   | 189 |
| GRÁFICO N° 52 Matriz BCG de la Asociación .....                        | 206 |
| GRÁFICO N° 53 Cadena de valor de la asociación .....                   | 208 |
| GRÁFICO N° 54 Instituciones del Estado .....                           | 216 |
| GRÁFICO N° 55 Instituciones locales .....                              | 217 |
| GRÁFICO N° 56 Instituciones bancarias .....                            | 218 |
| GRÁFICO N° 57 Ingresos Comparativos Con y Sin Asociatividad.....       | 237 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|  |     |
|--|-----|
| ANEXOS N° 1 Árbol de problemas .....                                     | 250 |
| ANEXOS N° 2 Árbol de objetivos .....                                     | 251 |
| ANEXOS N° 3 Entrevista dirigida a los artesanos en costura.....          | 252 |
| ANEXOS N° 4 Entrevista dirigida a los directivos y a autoridades .....   | 255 |
| ANEXOS N° 5 Encuesta dirigida a los clientes .....                       | 258 |
| ANEXOS N° 6 Encuesta dirigida a los artesanos en costura .....           | 260 |
| ANEXOS N° 7 Plan de Acción.....  | 262 |
| ANEXOS N° 8 Estatutos de constitución .....                              | 265 |
| ANEXOS N° 9 Reglamento Interno .....                                     | 273 |
| ANEXOS N° 10 Herramientas y maquinarias .....                            | 278 |
| ANEXOS N° 11 Proformas .....   | 282 |
| ANEXOS N° 12 Nómina de los artesanos en costura interesados en asociarse | 283 |
| ANEXOS N° 13 Lista de Socios Fundadores .....                            | 283 |
| ANEXOS N° 14 Acta de constitución de la Asociación .....                 | 285 |
| ANEXOS N° 15 Certificado de la secretaria de la Asociación .....         | 287 |
| ANEXOS N° 16 Solicitud de constitución .....                             | 288 |
| ANEXOS N° 17 Certificado del Gramatólogo .....                           | 289 |
| ANEXOS N° 18 Fotos .....   | 290 |
| ANEXOS N° 19 Carta Aval.....   | 291 |

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo realizado contempla e identifica el problema central que radica en el bajo nivel de competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad; es importante porque despliega los lineamientos y todo lo esencial para viabilizar el proceso asociativo que conlleve a la constitución legal de una asociación con vida jurídica de esta forma adquirir los beneficios de la asociatividad, su objetivo es determinar la incidencia de las estrategias de trabajo cooperativo en la competitividad de los artesanos en costura mediante el análisis situacional y con la participación activa para el diseño de un plan de asociatividad; los resultados de la propuesta están orientados a fortalecer la competitividad de los beneficiarios directos a través de un plan de asociatividad que de apertura al trabajo en equipo, compartir riesgos, costos y beneficios y por ende, el incremento de los niveles de ingresos.

Para el desarrollo del presente trabajo de titulación se tomó en cuenta la investigación: descriptiva, bibliográfica y de campo, se aplicó métodos y técnicas de investigación para el acopio de información; está compuesto por cuatro capítulos: el uno, especifica el marco teórico con connotación a las diversas definiciones de conceptos para el desarrollo de la propuesta; el dos, describe la fundamentación metodológica; el tres, hace énfasis al análisis e interpretación de resultados; y el cuarto, describe la propuesta del trabajo de investigación que reside en un plan de asociatividad para los artesanos en costura de la comuna Prosperidad, la misma que indica el proceso asociativo; se determinó la población total de los elementos del presente trabajo y la muestra calculada por medio del método muestreo probabilístico y censo; se ha ejecutado un cronograma de actividades; el contenido y sobre todo el marco teórico está argumentado y sustentado por referencias bibliográficas; un glosario con la definición de términos preponderantes que es preciso conocer para un mejor entendimiento, y, finalmente, se visionan los anexos necesarios para los objetivos respectivos.

## **MARCO CONTEXTUAL**

### **TEMA:**

“Incidencia de las estrategias de trabajo cooperativo en la competitividad. Plan de asociatividad para los artesanos en costura de la comuna Prosperidad de la parroquia San José de Ancón del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena, año 2014”.

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **Planteamiento del problema**

Según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, Censo de Desarrollo y vivienda, 2010), la provincia de Santa Elena cuenta con un total de 308.693 habitantes, de los cuales, 151.831 son mujeres y 156.862 son hombres, con una extensión territorial de 3.762,80 Km<sup>2</sup>; está dividido en tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena; reconocida como provincia a partir del 7 de Noviembre del año 2007, según el registro oficial # 206; posee maravillosas bondades naturales y una milenaria cultura ancestral.

El cantón Santa Elena tiene una densidad poblacional de 145.004 habitantes con una extensión de 632.40 Km<sup>2</sup>., dentro del mismo, encontramos la comuna Prosperidad ubicada en la parroquia San José de Ancón al sur del cantón Santa Elena, con un territorio de 1.978 hectáreas y una población de 2.350 habitantes; la actividad principal de la zona radica en la rama artesanal y los más destacados son: carpintería, ebanistería y costura, pero, el espíritu empresarial de los moradores es extraordinario, ya que se preocupa incansablemente por mejorar su estilo de vida, lo cual ha augurado mejoras con emprendimientos.

Dentro de la comunidad existe una organización denominada “Asociación de Artesanos Prosperidad”, la misma que está constituida por: 53 ebanistas, 5 costureros, 4 panaderos, 3 peluqueros y 2 sastres; este grupo asociativo cuenta con vida jurídica y avalada por el Ministerio de Industria y Productividad regional Santa Elena; no obstante, en el sector existen moradoras que han perfeccionado el arte de la costura como vía de desarrollo potencial, gracias al legado de su generación anterior y aprendizaje desde temprana edad; además de ser esencial en la vida de las féminas y con la ventaja de ampliar sus destrezas y habilidades a través de la práctica de manera empírica y científica ya que poseen certificados de academias de corte y confección donde aprendieron el oficio de este hermoso arte ancestral que se ha convertido en parte de su estilo de vida y forma de obtener ingresos.

Sin embargo, los artesanos en costura se han multiplicado hasta llegar a 98 personas, prevaleciendo el sistema de trabajo individual, la misma que realiza su labor desde la comodidad de su hogar; la mayoría no se encuentran afiliados a ninguna asociación, necesitan vincularse a una entidad con vida jurídica con estatutos y reglamentación orientada a un objetivo común para acceder a los beneficios que otorga las instituciones públicas al sector artesanal. Es importante el trabajo colectivo ya que proporcionan resultados positivos en aspectos productivos, económicos, sociales, entre otros; de esta forma asegura su desarrollo, crecimiento individual y de la comunidad.

Entre los problemas que identificamos en los artesanos en costura, es que no disponen de suficientes recursos económicos para inversión en adquisición de maquinarias industriales, necesarias para la elaboración de prendas de vestir, éste es un impedimento para la producción a gran escala. Su competitividad no es convergente por la inexistencia de convenios con proveedores a nivel local que permita reducir los costos por la adquisición oportuna de materia prima e insumos; en términos generales, genera un elevado costo de producción, los

proveedores son determinantes en el mundo de los negocios, por lo que es aceptable el traslado a la ciudad de Guayaquil con fines de adquirir materias primas a precios asequibles y encontrar variedad de telas en diferentes colores y marcas, con la perspectiva de optimizar costos. La comercialización es cíclica y con la modalidad de venta bajo pedido, no tiene establecido su mercado, ni definido canales de distribución, por lo que, mantiene un paulatino crecimiento y desarrollo ya que solo confecciona para quienes optan por prestar sus servicios. El desconocimiento de temas inherentes a administración, finanzas y mercadotecnia ocasiona que el nivel de promoción del servicio y de sus líneas de costuras sea bajo. La modalidad de trabajo es errónea, ellos ejercen su profesión de manera individual lo que hace que la creatividad e innovación no genere alto grado de valor agregado a sus confecciones que se elaboran con las especificaciones y requerimientos de los clientes, motivo de aquello, los artesanos eligen por realizar bordados, un mejor acabado, estilo diferente como plus del servicio; reflejando niveles mínimo de rentabilidad y utilidad por la no existencia de una visión y planificación enmarcada por la desconfianza y el temor al trabajo colectivo, causando una venta limitada a instituciones educativas, deportivas, otras. Cabe mencionar que las ventas tiene un mayor auge en los meses de noviembre y diciembre; ocasionalmente se elabora vestido de novia, esta irregularidad causa malestar en los artesanos ya que ellos tienen la mentalidad positiva al cambio encaminado a alcanzar el éxito empresarial.

Esta situación, conlleva a consecuencias y secuelas de impacto negativo en la competitividad de los artesanos en costura. Al no contar en su lugar de trabajo con maquinarias adecuadas la producción de confección de ropa es limitada y el desaprovecho de recursos es evidente, ya que no se estaría optimizando, lo que produce una disconformidad y reducción de contratos, convirtiéndose en un escenario no satisfactorio para los artesanos de esta rama. La falta de promoción de sus líneas de costura origina un despliegue de desinformación referida a las prendas de vestir que se confeccionan como: faldas, vestidos, blusas, camisas, camisetas, pantalones, shorts, cortinas, sábanas, ropa deportiva y uniformes;

simultáneamente, por el desconocimiento del cliente contrastando el objetivo de obtener utilidades económicas por su labor. Lo descrito anteriormente, mantiene una relación directa con el poco valor agregado al producto y servicio que se fundamenta por la falta de capacitación, innovación y creatividad. Los precios elevados de las costuras se debe a que sus materiales directos e indirectos de producción son adquiridos en la ciudad de Guayaquil, sin duda alguna, esta es una alternativa de compra de los artesanos, ya que en dicha ciudad ofrecen mejores opciones, condiciones, telas de distinta calidad, variedad de colores y de diferentes marcas; actualmente no tienen convenios con proveedores cercanos a la comuna para el abastecimiento oportuno de materias primas e insumos, por lo que no pueden abaratar los costos de producción, pero por la cercanía adquieren sus insumos y materias primas en tiendas comerciales del cantón La Libertad tales como: Cañonazo I y II, Bazar Lupita, Bazar Botones y Algo Mas, Comercial El Regalo, Bazar Lolita, Casa Deportiva JV, Casa Deportiva Elite, entre otros. La modalidad de venta referida al ámbito de corte y confección es sobre pedido, este acontecimiento implica que las mismas se den en volúmenes no significativos, por la inexistencia de mercados definidos o segmentos de mercados para la venta de estas bellas artes elaboradas por los costureros y costureras de la localidad; esta modalidad de comercialización no propicia un incremento de la cartera de clientes y lo más relevante no genera los márgenes de utilidad esperados por los artesanos.

Con el fin de mejorar los niveles de competitividad y productividad de los artesanos en costura, es necesario cambiar la modalidad de comercialización, realizar estudios de mercados para estar informados de las tendencias, gustos y preferencias de los clientes, hacer énfasis a la promoción de sus confecciones, para aquello, es esencial la definición de un nicho de mercado, la alternativa de solución sería un plan de asociatividad. Según (Perego, 2006), define a la Asociatividad como:

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 (p. 16).

En la zona, es menester ineludible el desarrollo de un plan de asociatividad para el fortalecimiento del sector productivo artesanal que permita a los artesanos en costura unificar esfuerzos de manera voluntaria, sin perder su autonomía para mejorar su capacidad productiva, medios de comercialización y de alcanzar un mayor posicionamiento en el mercado; promoviendo el trabajo en equipo, incentivando modalidades de producción y de comercialización más sofisticadas enfocado a satisfacer las necesidades y exigencias de los peninsulares. Es un verdadero reto además, que las ventajas como grupos asociativos sean fructíferas como: acceso a capacitaciones, financiamiento, nuevas tecnologías, apertura a nuevos mercados, aumento en la producción, disminución de costos y demás beneficios que brindan las instituciones gubernamentales como El Ministerio de Inclusión, Económica y Social (MIES) y el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO).

### **Formulación del problema**

¿Cómo inciden las estrategias de trabajo cooperativo en la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad de la parroquia San José de Ancón del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena, año 2014?

### **Sistematización del problema**

¿Cuáles son las incidencias actuales de las estrategias de trabajo cooperativo en los artesanos en costura de la comuna Prosperidad?

¿Cuáles son las estrategias de trabajo cooperativo que deben aplicar los artesanos en costura?

¿Cuáles son los factores que explica la competitividad de los artesanos en costura?

¿Cuáles son las estrategias de competitividad que los artesanos en costura deben aplicar?

¿Cómo será aceptado el plan de asociatividad como estrategia de trabajo cooperativo por parte de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad?

## **JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo, pretende proponer un plan de asociatividad para los artesanos en costura de la comuna Prosperidad del cantón Santa Elena. Es importante el enfoque del documento ya que busca encontrar explicaciones concretas de la situación actual, mediante los aportes teóricos de fuentes secundarias, teorías de autores peritos en la temática para un mayor alcance y entendimiento del trabajo, términos relacionado con la investigación como: planeación estratégica, marketing, competitividad, costura, artesanos, asociatividad; este último, es un elemento que es preponderante en todos los ámbitos y contexto de los negocios, con locución a la satisfacción del cliente y a la globalización. Esta investigación aportará con información actualizada y fidedigna que permita viabilizar el proceso asociativo de los artesanos en costura, de modo que admita contrastar estos fundamentos teóricos en relación a la asociatividad en la situación real del objeto de estudio.

Se analizó el contenido de la constitución, leyes, reglamentos y códigos de nuestro país, relacionado con los artesanos y la asociatividad como: el Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones que busca dinamizar el sector productivo

artesanal y salvaguardar a todos los actores de la economía nacional; la Ley de Economía Popular y Solidaria que ofrece apoyo a los empresarios y contempla la asociación de artesanos en general; la Ley de Fomento Artesanal que señala los beneficios de los artesanos, todo aquello encaminado al Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017.

Con el propósito de lograr los objetivos del presente trabajo de titulación, se acudieron a métodos de investigación como la observación para el diagnóstico previo, aplicación de técnicas e instrumentos como: encuestas, entrevistas y cuestionarios, con el fin de recolectar información para el reconocimiento de la situación actual de los artesanos en costura existentes que no están asociados, con el objeto de conocer y establecer el comportamiento del entorno en base a sus productos y servicios que ofrece. Determinando la problemática se realizó un diagnóstico para evaluar las variables relevantes en búsqueda de alternativas de solución a los percances que se suscita en los negocios y que perturban a los costureros y costureras de la localidad.

El presente trabajo trae consigo un rol protagónico para el desarrollo, crecimiento sustentable y sostenible de grupos asociativos, con la introducción de lineamientos efectivos de gestión para llevar a cabo su constitución legal y con un impacto positivo satisfaciendo las necesidades y requerimientos de los beneficiarios, clientes, consumidores y usuarios de la provincia de Santa Elena.

Esta investigación es de gran utilidad para los artesanos en costura, es un instrumento que de acuerdo a los objetivos propuestos y dentro de sus resultados están: viabilizar el proceso asociativo para alcanzar la vida jurídica, con la formulación de estatutos y reglamentos en función a lo establecido en el artículo 66 de la Constitución de la República del Ecuador, numeral 13 que respalda la libertad de asociarse y el numeral 15 que fomenta el desarrollo de actividades económicas con fines de promover la matriz productiva del país.

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Objetivo General**

Determinar la incidencia de las estrategias de trabajo cooperativo en la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad mediante un análisis situacional y con la participación activa, para el diseño de un plan de asociatividad.

### **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de las estrategias de trabajo cooperativo en los artesanos en costura, mediante encuestas y reuniones grupales.
- Identificar las estrategias de trabajo cooperativo que deben adoptar los artesanos en costura a través de entrevistas y reuniones grupales.
- Analizar la competitividad actual de los artesanos en costura mediante encuestas a clientes y entrevistas a artesanos, directivos de la comunidad y autoridades de entidades del Estado.
- Evaluar las estrategias apropiadas para el mejoramiento de la competitividad de los artesanos en costura, a través de encuestas a clientes y entrevistas a los artesanos.
- Determinar el nivel de aceptación del plan de asociatividad por parte de los artesanos en costura mediante entrevistas y encuestas.

## **HIPÓTESIS**

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2010) define a la hipótesis como:

Son guías para una investigación o estudio, indican lo que tratamos de probar y se define como explicaciones tentativa del fenómeno investigado. Se deriva de la teoría existente y deben de formularse de manera de proposiciones. De hecho, son respuestas provisionales a la pregunta de investigación (p.92).

En el ámbito de la investigación científica, las variables son proposiciones tentativas acerca de las relaciones entre dos o más variables, y se apoyan en conocimientos organizados y sistematizados. Una vez que se prueba una hipótesis, éste tiene un impacto en el conocimiento disponible, que puede modificarse y por consiguiente, pueden surgir nuevas hipótesis (p. 93).

Las hipótesis son afirmaciones o soluciones tentativas a un problema de investigación que al final del proceso investigativo debe de ser verificada o comprobada, debe plantearse de manera sencilla, concreta y objetiva para que sea entendible lo que se desea lograr, la misma, que está estructurada por dos variables: la independiente que es la causa y la dependiente que es el efecto de la anterior. Si se cumple aquellas hipótesis es porque se alcanzó los resultados esperados.

Según (Hernández Sampieri & et al., Metodología de la Investigación, 2010), define a variable como:

Es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible a medirse u observarse. Se aplica a personas u otros seres vivos, objetos, hechos y fenómenos, los cuales adquieren diversos valores respecto a la variable referida. Las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría en este caso se le suele denominar constructos o construcciones hipotéticas (p. 93).

Las variables son medibles y susceptibles, su variación indican aspectos importantes del fenómeno en estudio relacionado con el planteamiento del problema.

**Variable Independiente:** Se denomina variable independiente a todo aquel aspecto, hecho, situación, rasgo, etcétera, que se considera como la “causa de” en una relación entre variables.

**Variable Dependiente:** Se conoce como variable dependiente al “resultado” o “efecto” producido por la acción de la variable independiente.

## **HIPÓTESIS**

Las estrategias de trabajo cooperativo inciden en la mejora de la competitividad a través de la diferenciación logrando una mayor participación en el mercado con la venta de las prendas de vestir confeccionadas por los artesanos en costura de la comuna Prosperidad de la parroquia San José de Ancón del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena.

### **Identificación de las variables**

#### **Variable Independiente:**

Estrategias de trabajo cooperativo.

#### **Variable Dependiente:**

Mejoramiento de la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad de la parroquia San José de Ancón del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena.

## Operacionalización de las variables

**CUADRO N° 1 Variable independiente**

| HIPÓTESIS   | CONCEPTUALIZACIÓN   | DIMENSIONES  | INDICADORES  | ITEMS   | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS  |
|---|---|--|--|---|--|
| Las estrategias de trabajo cooperativo inciden en la mejora de la competitividad a través de la diferenciación logrando una mayor participación en el mercado con la venta de las prendas de vestir confeccionadas por los artesanos en costura de la comuna Prosperidad de la parroquia San José de Ancón del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena. | <p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p><b>Estrategias de Trabajo cooperativo</b></p> <p>“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”.</p> | <p><b>1.1 Mecanismo de cooperación</b></p> <p><b>1.2 Autonomía gerencial y jurídica</b></p> <p><b>1.3 Esfuerzo conjunto</b></p> <p><b>1.4 Objetivo común</b></p> | <p>-Nivel de cooperación en el grupo de trabajo.<br/>-Tipos de estrategias de trabajo cooperativo.</p> <p>- Mecanismo de toma de decisiones.</p> <p>-Resultados del trabajo en equipo.</p> <p>- Números de objetivos comunes alcanzados.<br/>- Número de problemas comunes solucionados.</p> | <p>¿Cuál es el nivel de cooperación en los artesanos en costura de la comuna Prosperidad?</p> <p>¿Cuál es la autonomía gerencial en los artesanos en costura?</p> <p>¿Cuál es el status jurídico de los artesanos en costura?</p> <p>¿Qué beneficios tendrían los artesanos en costura si deciden unir esfuerzo y trabajar en equipo?</p> <p>¿Cuál es la disponibilidad por parte de los artesanos en costura para conseguir objetivos comunes?</p> | <p>T: Encuesta.<br/>I: Cuestionario.</p> <p>T: Encuesta.<br/>I: Cuestionario.</p> <p>T: Encuesta.<br/>I: Cuestionario.</p> <p>T: Entrevista (Reunión de Trabajo).<br/>I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta.<br/>I: Cuestionario.</p> |

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 2 Variable dependiente**

| HIPÓTESIS  | CONCEPTUALIZACIÓN  | DIMENSIONES  | INDICADORES  | ITEMS   | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS   |
|--|--|--|--|---|---|
| <p>Las estrategias de trabajo cooperativo inciden en la mejora de la competitividad a través de la diferenciación logrando una mayor participación en el mercado con la venta de las prendas de vestir confeccionadas por los artesanos en costura de la comuna Prosperidad de la parroquia San José de Ancón del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena.</p> | <p align="center"><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p><b>Competitividad</b><br/>Es la capacidad de las empresas de obtener y mantener ventajas competitivas que permita una mayor participación con la venta de productos y/o servicios en un mercado razonablemente competitivo, sin necesidad de sacrificar utilidades.</p> | <p><b>2.1 Ventajas competitivas</b></p> <p><b>2.2 Mercado</b></p> <p><b>2.3 Venta</b></p> <p><b>2.4 Producto</b></p> <p><b>2.5. Servicio</b></p> | <p>- Número de ventajas competitivas y comparativas creadas.<br/>- Números de estrategias competitivas.<br/>- Nivel de productividad y rentabilidad.</p> <p>- Nivel de crecimiento del mercado.<br/>- Tamaño del mercado.<br/>-Número de canales de distribución.<br/>- Nivel de participación del producto y servicio.</p> <p>- Volumen de ventas.<br/>- Número de estrategias de ventas.<br/>- Sistema de venta.</p> <p>-Número de productos ofertados.<br/>-Nivel de calidad del producto.</p> <p>-Nivel de calidad del servicio.<br/>-Grado de satisfacción del cliente.</p> | <p>¿Existen ventajas competitivas en el trabajo realizado por los artesanos en costura?</p> <p>¿Cómo es el mercado de costura?</p> <p>¿Cómo venden los artesanos en costura sus prendas de vestir confeccionadas?</p> <p>¿Qué características de la vestimenta se fijan los clientes al momento de comprar ropa?</p> <p>¿Qué tipos de prendas de vestir confeccionan los artesanos en costura?</p> <p>¿Cuál es el servicio adicional que ofrece los artesanos en costura?</p> | <p>T: Entrevista (Reunión de Trabajo).<br/>I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta.<br/>I: Cuestionario.<br/>T: Entrevista (Reunión de Trabajo).<br/>I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Entrevista (Reunión de trabajo).<br/>I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Encuesta.<br/>I: Cuestionario.</p> <p>T: Entrevista (Reunión de trabajo).<br/>I: Cuestionario estructurado.</p> <p>T: Entrevista (Reunión de trabajo).<br/>I: Cuestionario estructurado.</p> |

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 Antecedentes**

##### **1.1.1 La asociatividad en Ecuador**

La asociatividad nace a partir de los cambios generados por la globalización y por los múltiples factores y condiciones que operan en la economía en América Latina en especial en Ecuador, han incitado a que pequeñas y medianas empresas realicen cambios en su atmósfera comercial, empleando la asociatividad como una herramienta de participación que aglutine estrategias convincentes para enfrentar los desafíos y retos de la globalización, la competitividad, y más aún, para sobrevivir en el mercado en donde se desarrolla. El término de asociatividad surge como uno de los mecanismos de cooperación mediante el cual pequeñas y medianas empresas unen sus esfuerzos para confrontar las adversidades del proceso de globalización.

Según (Perego, 2006), define a la asociatividad como:

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 (p. 16).

El 8 de marzo del año 1999, Ecuador enfrentó una crisis financiera denominado “El Feriado Bancario” lo que ocasionó el congelamiento de depósitos, declive financiero en empresas y parte de la economía nacional; también el cambio de la moneda nacional del sucre por el dólar de los Estados Unidos debido a la

hiperinflación y con el fin de salvar el déficit presupuestario del país. Sin embargo, la dolarización y la globalización han forzado a las empresas ecuatorianas a enfrentar grandes retos como la importancia en invertir en tecnología, innovación y la generación de valor; éstos cambios son el camino para que las empresas puedan subsistir y competir eficientemente; estas condiciones han creado un ambiente propicio para la asociatividad.

Según (Servicios de Rentas Internas) define a las pymes como: al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Las Pymes en Ecuador se encuentran en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país; produciendo, demandando, comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Los fenómenos de la globalización y la competitividad han inducido a los empresarios a no cohibir la apertura de nuevos desafíos en el campo empresarial, siguiendo los lineamientos de modelos exitosos y políticas de competitividad para reforzar su cultura organizacional y garantizar el bienestar de la institución. La estrategia poderosa denominada “asociatividad” intenta alcanzar objetivos concretos de carácter colectivo que van desde incursionar a nuevos mercados, poder de negociación, transferencia tecnológica, prestación de servicios y adquisición de financiamiento. En la constitución ecuatoriana, capítulo VI: Derechos de libertad, artículo 66, numeral 15, el cual manifiesta el derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva; inspirada en los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. Asimismo, el artículo 319, reconoce diversas formas de organización de la producción de la economía entre otras comunitarias, cooperativas empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

### **1.1.2 Actividad productiva artesanal en Ecuador**

La actividad productiva artesanal en Ecuador ha evolucionado progresivamente, gracias al trabajo y compromiso del Gobierno Nacional en impulsar la matriz productiva en bases a parámetros establecidos en la carta magna y en el Plan Nacional para el Buen Vivir, con el fin de mejorar el estilo y nivel de vida de los ecuatorianos. Actualmente, la actividad artesanal a nivel nacional aglutina a 4.5 millones de ecuatorianos, lo que representa el 32,7% de la población económicamente activa (PEA), según datos publicados del Ministerio de Industria y Productividad. Contextualizando que el sector artesanal es prioridad para el Gobierno Nacional; cabe mencionar que en nuestro país se conmemora el día nacional del artesano el 5 de noviembre de cada año.

El Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) intervino en el “Festival de Artesanías de las Américas”, concentró a más de 300 artesanos expositores de Ecuador, Bolivia, Chile y Venezuela en 89 stands. En el año 2013 estuvieron presentes 116 artesanos ecuatorianos seleccionados incluidos representantes de la provincia de Santa Elena, que se ubicaron en 5 pabellones temáticos, moda, accesorios, joyería, bisutería, decoración, hogar y artesanías; dicho evento se celebró el día 31 de octubre y 1,2 y 3 de noviembre en la ciudad de Cuenca. Se ha establecido cooperativa artesanal cuyos integrantes ejercen actividad de índole artesanal y optan por agruparse para adquirir materias primas e insumos con los que confeccionan y comercializan sus productos finales.

### **1.1.3 Origen de la costura**

A principios de nuestros días el hombre como ser racional y pensante ha desarrollado distintas formas para realizar su indumentaria, ya sea con fragmentos de telas o cualquier otro material. Su vestidura ha sufrido constantes innovaciones con el pasar del tiempo, no se puede establecer fechas debido a que desde cuando

el hombre fue descubriendo cosas nuevas y fue canalizando, sintió la necesidad de vestirse con los medios que disponía, este antecedente es una realidad y poco a poco el estilo se presentó progresista en función a la cultura y otros aspectos de gran envergadura ante la sociedad.

#### **1.1.4 Sector textil y confección en el Ecuador**

Según (Marco, 2010), manifiesta lo siguiente: los esfuerzos de las agrupaciones, asociaciones y gremios promueven la importancia de la pro actividad para suplir las falencias competitivas del sector, desarrollando eventos de capacitación, actualización e información. Sin embargo, estos esfuerzos no son continuos y, por lo general, los impulsan núcleos de empresarios con objetivos específicos, lo que limita y restringe la participación. Todo esto provoca suspicacias. A algunos empresarios intranquilizan e inquietan ciertas propuestas de cambio, en especial por la falta de protección para una actividad sujeta a competencia desleal, caracterizado por el contrabando de accesorios y prendas confeccionadas.

El campo textil en la actualidad es esencial para el Ecuador, ya que constituye una interesante fuente generadora de empleo, demanda de mano de obra, caracterizada por el crecimiento significativo en la industrialización y del sector manufacturero del país, convirtiéndose en elemento indispensable para mover la economía nacional. A pesar de no poseer gran prestigio en este segmento, internamente se encuentran implantadas industrias y microempresas especializadas en confección de ropa que se sintonizan cada vez más al avance tecnológico, por lo que es asequible la búsqueda de nuevas alternativas en maquinarias, insumos, otros.

Según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2010), las provincias con mayor número de industria dedicada a esta actividad son: Pichincha (50%); Imbabura en Otavalo, Atuntaqui y Cotacachi (3%); Tungurahua en Pelileo (20%); Azuay en la ciudad de Cuenca (17%) y Guayas (10%).

**CUADRO N° 3 Participación textiles en las provincias**

| <b>PROVINCIA</b> | <b>N° DE EMPRESAS</b> | <b>PARTICIPACIÓN</b> |
|------------------|-----------------------|----------------------|
| Pichincha        | 128                   | 55.70%               |
| Guayas           | 71                    | 30.90%               |
| Azuay            | 14                    | 6.10%                |
| Tungurahua       | 7                     | 3.00%                |
| Imbabura         | 5                     | 2.20%                |
| Cotopaxi         | 2                     | 0.90%                |
| Chimborazo       | 1                     | 0.40%                |
| El Oro           | 1                     | 0.40%                |
| Manabí           | 1                     | 0.40%                |
| <b>TOTAL</b>     | <b>230</b>            | <b>100%</b>          |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

La competitividad incentivó a que las empresas se inclinen por la diversificación, siendo los hilados y los tejidos los principales en la producción, consecuentemente llegó a ser considerada como el segundo sector manufacturero generador de plaza de trabajo, según estimaciones elaboradas por la AITE (La Asociación de Industriales Textiles del Ecuador), aproximadamente 50.000 y 200.000 laboran de forma directa e indirecta respectivamente. El AITE tiene como objetivo unir industriales textiles, su misión es trabajar proactiva y permanentemente en beneficio de los afiliados con directrices a afianzar la cadena textil para la consecución de objetivos de rentabilidad y sostenibilidad. Según (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2014), en su informe indica que cada vez se importa menos materias primas, más telas y productos confeccionados. Por otra parte las exportaciones textiles ecuatorianas en el año 2013 creció 7.2% frente al 2012; de las cuales el 52% de las exportaciones textiles se dirige a mercado de Colombia, el 7% al de Venezuela y el 6% al de Perú. Además, China es el principal proveedor textil de Ecuador (25% en volumen y 16% en dólares), le siguen Estados Unidos (16% en volumen y 14% en dólares) y Colombia (12% en volumen y 26% en dólares); el incremento del PIB textil en el tercer trimestre del año 2013 fue del 0.96%.

La actividad textil ha progresado en los últimos años, con el accionar del Gobierno Nacional impulsando la transformación de la matriz productiva por

medio de programas y siguiendo los indicadores, políticas y lineamientos en cuanto a lo estipulado en el objetivo nacional N° 10 del Plan Nacional para el Buen Vivir año 2013 – 2017, para conseguir un mejor panorama en el proceso productivo, diversificar la economía, incentivar y garantizar la producción nacional, dinamizar la productividad, fomentar la competitividad sistémica, inserción a la economía internacional y fortalecimiento de los sectores productivos.

### **1.1.5 Fomento comercial de la costura en Ecuador**

El Gobierno Ecuatoriano se ha preocupado en ese sector, promueven a través de sus ministerios acciones que impulsan el desarrollo de los artesanos en costura, como la participación en ferias con el propósito de vincular la mano de obra ecuatoriana a otros mercados, mediante visita de empresarios relacionado a este sector productivo, lo que es sinónimo de desarrollo y competitividad con la exposición de las prendas de vestir confeccionada por los artesanos. Todo aquello, tiene sustento lógico, lo que es importante son las razones del porque este nuevo modelo de hacer negocios es promover las buenas prácticas de los artesanos, exportación de productos nacionales a otros países y dar a conocer la gama de atuendos que los artesanos en costura son capaces de confeccionar.

El Estado Ecuatoriano a través del Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO) ha desarrollado programas con fines de promover la matriz productiva, referidas a la costura del país, una de ellas es “Hilando al desarrollo” que ha beneficiado a más de 1.000 mujeres que se involucraron a la confección de los Kits de uniformes escolares contempladas en la región costa y sierra del país. En el año 2013 se invirtió \$ 35 millones para la confección de uniformes escolares involucrando a 600 artesanos ecuatorianos. En el año 2012 invirtió \$ 27 millones en uniformes escolares para los estudiantes de bajos recursos económicos, esta iniciativa esta concatenadas con el Plan Nacional para el Buen Vivir y al nuevo

mecanismo de desarrollo de la educación. Son 1.168 artesanos calificados en este arte según datos del MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social).

En el año 2014, los ministerios del Estado, han continuado desarrollando las Ruedas de Negocios del Sector Textil y Confección “Bordando Ecuador@” organizada por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE); la sexta rueda de negocios se desarrolló el 13 de mayo del presente año en la ciudad de Quito en el Centro de Convenciones Quitumbe; la anterior se realizó en septiembre en los días 4 y 5 del año anterior; con la finalidad que empresas ecuatorianas exponen su producción. Según (Ruedas de Negocios del Ecuador) dentro de la gama de productos se encuentran: uniformes institucionales y de trabajo, textiles de hogar, jean, ropa de niño, ropa casual, ropa deportiva, lencería fina, ropa interior, telas e insumos para el sector textil, las mismas que se ofertan y son presentadas a potenciales compradores nacionales e internacionales a través de relaciones comerciales para posicionar dichos productos. Funciona mediante citas pre-acordadas de 25 minutos cada una, la misma que la ejecuta en el cubículo asignado al oferente; la rueda de negocio se inicia a las 9h00 y finaliza a las 17h00 con una hora de almuerzo, cuyas citas están en relación a los requerimientos de los potenciales compradores. Este evento desde su primera edición ha permitido afianzar y construir relaciones comerciales para conseguir el objetivo que es promover la cadena productiva y de contribuir con el desarrollo del sector textil y confecciones del Ecuador.

### **1.1.6 Grupos asociativos de corte y confección en el Ecuador**

El Ministerio de Inclusión Económica y Social a través del Instituto de Economía Popular y Solidaria, ha fusionado esfuerzos y con una labor conjunta creó un proceso de acompañamiento para la adquisición de créditos en beneficio de los artesanos que se dedican a esta labor. También articula el progreso productivo y a la constitución legal de grupos asociativos. El papel de los grupos asociativos

relacionados con actividades artesanales de la confección representa desarrollo y sustentabilidad en el campo productivo del país. Según (ECUADOR TV ), en el año 2008, en una de las publicaciones indica que: “Las asociaciones artesanales en el Ecuador, se dan por grupos que lograron y soportaron el proceso al que se enfrenten día a día en un limitado desarrollo socioeconómico, las artesanías que ha confrontando la oferta de innovación y los nuevos desarrollos. En conclusión, los artesanos en costura sienten la necesidad de asociarse constituyendo una nueva organización para competir y ganar espacio en el mercado con el objetivo de obtener beneficios. El Ministerio de Industria y Productividad brinda apoyo legal y técnico al sector artesanal para la constitución y consolidación de asociaciones en el campo artesanal, específicamente a la confección de prendas de vestir, institución que interviene en el proceso de registro y conformación de grupos asociativos. Según datos de la (La Asociación de Industriales Textiles del Ecuador), Ecuador ha clasificado la actividad artesanal de la confección como: tejidos de punto, modistería, sastrería, corte y confección, etc. Existen en el país aproximadamente 3.423 artesanos, según investigaciones realizadas por la ESPOL en el año 2009, referente a la actividad de confección de ropa se encuentran repartidas en todas las provincias y regiones.

**CUADRO N° 4 Artesanos confeccionistas del Ecuador**

| <b>REGIÓN</b> | <b>N° DE ARTESANOS</b> | <b>% DE PARTICIPACIÓN</b> |
|---------------|------------------------|---------------------------|
| Sierra        | 1683                   | 49 %                      |
| Costa         | 1618                   | 47 %                      |
| Oriente       | 121                    | 3 %                       |
| Insular       | 7                      | 1 %                       |
| <b>TOTAL</b>  | <b>3429</b>            | <b>100%</b>               |

**Fuente:** Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE).

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos

### **1.1.7 Artesanos en costura en la provincia de Santa Elena**

A lo largo del tiempo se ha desarrollado la actividad de corte y confección, debido a las capacidades, habilidades y destrezas de los habitantes, labor que se ha transformado en una fuente de ingresos y parte de su estilo de vida. El sector

artesanal de la provincia de Santa Elena ha integrado varias ramas como sastrería, corte y confección; convirtiéndose en un sector productivo y eje de desarrollo. La contribución del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), anteriormente no era tan relevante, lo que ocasionó una desmotivación para los artesanos, la falta de apoyo no fue un inconveniente, estas personas trabajan en base a sus conocimientos empíricos, han mejorado su dinamismo con la adquisición de maquinarias; lo que respalda de cierto modo el progreso que hoy es considerado como uno de los sectores productivos del país. Generalmente, los artesanos en costura no disponen de infraestructura física y por lo que respecta a sus talleres están en los espacios de su vivienda, los equipos no son los adecuados y las maquinarias no están a la vanguardia de la tecnología, esto incide en su desarrollo y crecimiento, provocando que por el nivel de ventas despidan a los colaboradores o aprendices. Ellos buscan mejorar sus condiciones de trabajo y su calidad de vida, motivo de aquello, opta por formar e integrarse en grupos asociativos o en gremios artesanales jurídicamente constituidos por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. En nuestro medio, hay una entidad gubernamental El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) que regula a gremios artesanales y asociaciones situadas a nivel de la provincia. Otra organización es La Junta de Defensa del Artesano que su rol es asegurar el cumplimiento de las leyes en beneficios de los artesanos, brindar la documentación en el proceso de agremiación de las distintas ramas artesanales, al fomento y comercialización de los mismos.

A nivel productivo, la cabecera cantonal de Santa Elena. Según (Tomalá Neira, 2009), en su trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial con mención en gestión empresarial argumenta lo siguiente: En el año 2007 a nivel provincial existen aproximadamente unos 80 pequeños empresarios que están vinculados con actividades técnicas de sastrería, corte y confección, dedicados principalmente a la elaboración de uniformes para instituciones educativas, entidades privadas y gubernamentales, luego a lo referente a prendas de vestir de todas clases para el público en general.

Los talleres de confecciones de ropa se han convertido en unidades o emprendimientos de gran trascendencia para la provincia, debido al impacto positivo y al aporte en el campo en la que se desenvuelve, incluso el Gobierno Nacional fomenta la constitución legal de grupos asociativos y la demanda es creciente a nivel provincial, generando beneficios para las personas que se dedican a este arte, tomando en cuenta los eventos sociales que incentiva a la confección de prendas de vestir, sea en caso de matrimonios, quinceañeras, otros; en donde demuestran sus habilidades y destrezas en este arte de la confección de ropa.

Según la (Junta Nacional de Defensa del Artesano), en la provincia de Santa Elena existen alrededor de 40 actividades artesanales, entre los más destacados están: belleza, ebanistería, sastrería, panadería, serigrafía, bisutería, refrigeración, otras; con un número de artesanos calificados y registrado hasta el 24 de mayo del 2012.

**CUADRO N° 5 Artesanos registrados en la JNDA**

| <b>CANTONES</b> | <b>CANTIDAD</b> |
|-----------------|-----------------|
| Santa Elena     | 186             |
| La Libertad     | 222             |
| Salinas         | 52              |
| <b>TOTAL</b>    | <b>460</b>      |

Fuente: Junta Provincial del Artesano.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

## **1.2 Fundamentación teórica**

### **1.2.1 Artesanos**

Los artesanos son personas que se dedican a elaborar productos de distintas clases en base a sus conocimientos, creatividad y dominio en manualidades, talento desarrollado a través del tiempo, con el empleo reducido de personal, equipos técnicos - tecnológicos y la utilización de materia prima como: conchas marinas, maderas, entre otros que se los adquieren de sus alrededores o de la misma zona

donde habita. Se especializa en una área determinada y la producción de productos son con fines de ser comercializados; esta actividad forma parte de su estilo de vida, la cual genera ingresos adicionales.

Según la (Ley de Fomento Artesanal, 1986), en su artículo dos, define a los artesanos como:

Una persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondiente, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público.

Según la (Ley de Fomento Artesanal, 1986), en su artículo dos, literal B, define al artesano como:

Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Relaciones Laborales, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios.

### **1.2.1.1 Tipos de artesanos**

La clasificación en relación a los artesanos, las leyes ecuatorianas creadas con fines pertinentes a la rama artesanal contempla una distinción en particular con el esquema y requisitos básicos. La misma que en su contenido involucra términos con analogía a los artesanos y todos los lineamientos correspondientes para su buen funcionamiento.

Según la (Ley de Fomento Artesanal, 1986), en su artículo dos del capítulo I, considera y define lo siguiente:

Con lo que respecta a los artesanos: A) “Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimiento teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público”. B) “Artesano Autónomo, aquél que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos de trabajo”. C) “Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesano, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

Según la (Ley de Defensa del Artesano, 1953), en su artículo dos, literal D, define a operario como:

Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o a la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro taller (p. 2).

Según la (Ley de Defensa del Artesano, 1953), en su artículo dos, literal E, conceptualiza al aprendiz como:

Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el código de trabajo (p. 2).

Según la (Ley de Defensa del Artesano, 1953), en su artículo dos, literal F, definen a los talleres artesanales de la siguiente manera:

Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos: 1. Que la actividad sea eminentemente artesanal; 2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayor de cinco; 3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley; 4. Que la dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller; y 5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano (p. 2).

### **1.2.1.2 Artesanías**

Es el arte o el producto del trabajo del artesano, requiere de gran nivel de ingenio y materiales en excelentes condiciones para que la calidad sea la esperada y que satisfaga los deseos de los artesanos y de quienes los adquieren. Según el (Diccionario de la Real Academia Española, 2012) señala artesanía como “Clase social constituida por los artesanos. Arte u obra de los artesanos. Según la (Ley de Defensa del Artesano, 1953), en su artículo dos, literal A, define a la actividad artesanal /artesanía como: “Actividad artesanal: la practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con el auxilio de maquinaria, pero que predomine la actividad manual”.

Las artesanías es el resultado del trabajo del artesano. Según la (Ley de Fomento Artesanal, 1986), clasifica las artesanías:

- ❖ Artesanía Utilitaria
- ❖ Artesanía de Servicios
- ❖ Artesanía Artísticas

### **1.2.1.3 Artesanos en costura**

Los artesanos en costura son aquellas personas que se dedican a coser como parte de su diario vivir, además realizan reparaciones y confeccionan prendas de vestir dirigido al público en general; para la elaboración de estas indumentarias se emplean máquinas de coser, materiales y su creatividad. Sus utensilios básicos de trabajo son: botones, metro, tijeras, bobinas, dedal, agujas y alfileres. En el entorno son conocido como: sastre, modisto, costurero pero en esencia casi es lo mismo, el contexto se adjunta a la labor o especialización. Antes el sastre era exclusivo para los caballeros y modistas para las damas, pero esa concepción cambió.

### 1.2.2 Plan de asociatividad

#### Plan

Un plan es un escrito donde se enmarca los factores relacionados con la realización de un trabajo propuesto o una meta, detallando en si las necesidades, los medios a utilizar y los fines respectivos. Este es aplicado en todos los escenarios y ámbitos. Su utilidad radica en la optimización de recursos y sirve de guía para la toma de decisiones que viabilice alcanzar los resultados deseados u objetivos. Beneficia en el sentido que exponen las razones para la ejecución de estrategias que refleja la detección de hechos negativos y positivos tales como: amenazas y oportunidades, estas, a la vez, influyen a plantear probabilidades futuras, las actividades son básicas, de modo, que determina el tiempo de apertura y culminación de las mismas. Planear es la acción de hacer planes que se sustentan en: que se va a hacer, como lo va a hacer, con qué recursos se cuenta, quienes van a realizar la actividad. Según (Pérez, G., 2006) un plan debe de poseer las siguientes características:

Flexibilidad: para adaptarse a las necesidades e intereses del grupo al que va dirigido. Abierto: a ser ajustado. Descentralizado: ser de utilidad a los miembros del grupo. Participativo: que involucra la participación de los miembros del grupo en mención. Auto gestionado: su control y gestión depende del grupo. Interdisciplinario: relacionado con las distintas áreas del conocimiento (p. 55).

El plan posee varias características dentro de las cuales mencionamos, que está orientado siempre al futuro, se puede efectuar cambios en la medida de cómo se va presentando los acontecimientos, su modalidad es constante y permanente, se puede establecer planes a corto, mediano y largo plazo, depende de la necesidad y propósito que se desea alcanzar; se requiere una sinergia de las personas involucradas, una mayor articulación de esfuerzos para llevar a cabo estrategias inherentes que fundamente al logro de objetivos con un espacio concentrado a la optimización de recursos disponibles, obtener efectividad y productividad.

## **Asociatividad**

Según el (Diccionario de la Real Academia Española, 2012), el término de asociatividad proviene de:

**Asociativo:** Adj. Que asocia o que resulta de una asociación.

**Asociar:** (Del lat. Associare). Unir una persona a otra para que colabore en el desempeño de algún cargo, comisión o trabajo.

La asociatividad en los actuales tiempos, se ha transformado en un mecanismo de cooperación aplicado a las pymes y por ende, incide incesantemente en la perspectiva de las personas para la constitución de nuevas organizaciones que buscan el bien común, con el enlace de esfuerzos colectivos y la participación activa de sus asociados que operan bajo la imagen corporativa de Redes o Asociaciones, en torno a combatir y permanecer en el mercado que cada vez se distingue por sus exigencias de la competitividad e innovación. Se ejecuta con la visión de dar solidez al campo competitivo empresarial, soslayando las adversidades mediante la identificación oportuna de objetivos y metas comunes que tenga impacto positivo, rentabilidad, sostenibilidad y ventajas competitivas.

Según (Liendo & Martínez, 2006), argumenta que:

La asociatividad permite que a través de implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles de competitividad similares a los de empresas de mayor envergadura. En esta forma de trabajo se caracteriza por: 1) Independencia jurídica de los participantes, 2) Autonomía gerencial de cada una de las empresas (p. 312).

### **1.2.2.1 Asociatividad**

Según (Franco Clavijo & Bautista, 2009), define la asociatividad como:

Asociatividad empresarial es comprometer, mediante la identificación de objetivos y metas comunes en empresas de igual o similar actividad económica, esfuerzos individuales dispersos, con el propósito de mejorar los niveles de desempeño empresarial, que facilite la sostenibilidad y crecimiento de las empresas en aras de la competitividad de los negocios, que les permita enfrentar en mejores condiciones la competencia globalizada.

Según (González, 2008), manifiesta:

Las empresas se asocian para obtener algún tipo de beneficio en forma conjunta. Esto implica que debe hacerse, idealmente, entre empresas o socios que detenten valores comunes y cuyas habilidades se complementan entre sí, de manera tal que todos tengan algo para contribuir y que llevarse del grupo. Los objetivos o beneficios buscados por la asociatividad pueden resumirse en tres principales: financieros, organizacionales y de comercialización.

Según (Zabala Salazar, 2007), define la asociatividad como:

La asociatividad es el proceso que hace posible la asociación y también como actitud que asume el individuo para aceptar acciones previas a la configuración de una asociación humana, entre quienes admiten la semejanza, establecimiento de un horizonte común, definición u acuerdo de reglas, aceptación de responsabilidades individuales y de grupo, comprensión de jerarquías y abordaje de estructura interna (p. 30).

Según (Perego, 2006), define a la Asociatividad como:

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 (p. 16).

La asociatividad es un proceso que se enfoca a la globalización y a los cambios del entorno, se realiza con fines de desarrollo y competitividad, es conformado por entidades o unidades de negocios de distintas categorías, con el propósito de

conjugar esfuerzos, generar confianza y participación activa para alcanzar un mismo objetivo, la mayoría opta por esta alternativa para sobrevivir en el mercado competitivo y por sus fructíferas ventajas. Es una estrategia de cambio que transforma el modelo empresarial, ofrece distintas tipología que pueden ser aplicable a las empresas dependiendo de las características y actividad de la misma, esta herramienta proporciona una relación entre generar valor y el modelo de negocio con fines de establecer objetivos comunes. Necesita de la participación y compromiso de todos, permite y fomenta el trabajo en equipo, genera compromiso y cooperación, compartiendo ideales, esfuerzos, perspectivas de las personas involucradas con el fin de establecer estrategias colectivas que dé solución a problemas comunes. Las estrategias individuales no trascienden resultados positivos, pero las colectivas repercuten significativamente con mira al mejoramiento continuo, reingeniería e ingeniería de reversa o inversa.

El Gobierno Nacional está promoviendo la apertura para la creación de nuevos modelos asociativos, en base a la asociatividad ha creado leyes y códigos enfocado a sectores: productivo y artesanal con el propósito de promover la matriz productiva del país, de mejorar las condiciones de vida de los ecuatorianos, y reducir la tasa de la pobreza. El marco legislativo establecido brinda y garantiza asistencia técnica, capacitación, servicios de información, comercialización y financiamiento siempre que se cumplan con los requisitos pertinentes.

### **1.2.2.2 Objetivos de la asociatividad**

#### **En el ámbito financiero:**

- Acceso a fuentes de financiamiento.
- Reducción de costos.

#### **En el ámbito organizacional:**

- Mejora en los procesos productivos.

- Producción a gran escala.
- Desarrollo de nuevas metodologías gerenciales.
- Intercambio tecnológico.
- Acceso a capacitación.
- Acceso a nuevas tecnologías.
- Mayor poder de negociación.

**En el ámbito de comercialización:**

- Acceso a nuevos nichos o segmentos de mercados.
- Desarrollo de nuevos productos o servicios.
- Apertura a alianzas comerciales.
- Canales de distribución más efectivos.
- Incorporar una apropiada investigación de mercado.

**1.2.2.3 Ventajas de la asociatividad**

Según (González, 2008) señala algunos beneficios de la asociatividad:

Una serie de beneficios que las empresas pueden adquirir a partir de su integración con otras: flexibilidad (pues no abandona su gestión empresarial autónoma, pero amplían su accionar a partir de las alianzas realizadas), aprendizaje colectivo (cada integrante logra conocer nuevas formas de gestión, de producción, estrategias, tecnologías, mercados, entre otras); economías de escala (para la adquisición de bienes y servicios, el costeo de misiones comerciales), fuerza de negociación (ante proveedores, gobierno local, clientes), crecimiento con equidad (aun cuando no parece un beneficio directo para las empresas, lo que es para la localidad, región o país, y en los nuevos enfoques de competitividad sistemática y desarrollo sustentable), competitividad local/sectorial (no solo se genera la competitividad en las empresas, sino que al actuar sobre grupos de empresas, generalmente impactan en una mayor competitividad territorial y/o sectorial) (p. 30).

Según (Vegas Rodríguez, 2008), existen otras ventajas como:

- ✓ Incremento de la producción y productividad.

- ✓ Mayor poder de negociación.
- ✓ Mejora el acceso a tecnología de productos o procesos y a financiamiento.
- ✓ Se comparten riesgos y costos.
- ✓ Reducción de costos.
- ✓ Mejora de la calidad y diseño.
- ✓ Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).
- ✓ Mejora la gestión del conocimiento técnico – productivo y comercial.

#### **1.2.2.4 Características de la asociatividad**

**Es de carácter voluntario:** Cualquier empresa puede ser partícipe y protagonista de este modelo de negocio y disfrutar de las ventajas de la asociatividad. Depende del propietario de la empresa si opta o no por involucrarse.

**No excluyente:** Particularmente este tipo de negocio no obstruye la integración en grupos asociativos. Por el contrario, la idea es formar una cadena de valor con la condensación de una sinergia empresarial y que los interesados mantengan su status, lo que se pretende es alcanzar un objetivo común.

**Es una estrategia colectiva:** La asociatividad es alcanzar un objetivo común y para lograrlo es necesario buscar integrantes que genere la sinergia, en otras palabras, las capacidades que compense y complemente tal acción con valores similares para que perdure este proceso, considerando la premisa de compartir los riesgos y disminuir costos.

**Contempla la autonomía gerencial:** Cada integrante posee la potestad de tomar sus propias decisiones que impulse y promueva su desarrollo, puede emplear los beneficios como fuente de poder a sus proyectos internos o planes. La asociatividad no atenta con la autonomía gerencial, el participante es libre de tomar las decisiones que considere imprescindible en una unidad de negocio.

**Exclusiva para mipymes:** Generalmente, este mecanismo de apoyo es utilizado por la micro, pequeñas y medianas empresas, todos al margen de competir y de alcanzar altos niveles de competitividad que asegure una mayor participación en el mercado y su existencia en el mismo.

#### **1.2.2.5 Dimensiones de la asociatividad**

La asociatividad ofrece las siguientes dimensiones que incide en la competitividad y estas son las siguientes:

- Fortalecimiento empresarial.
- Acceso a financiamiento.
- Solución a problemas comunes.
- Capacitación.
- Poder de negociación.
- Reducción de costos en compras y ventas.

#### **1.2.2.6 Obstáculos de la asociatividad**

En primera instancia, está la desconfianza, muchas veces enraizadas o con analogía a la competencia desleal, motivo que las empresas optan por no agruparse y por el factor de que otros gocen de los beneficios sin hacer una mayor participación; este modelo mental es erróneo, si bien es cierto hay eventos que las circunstancias así lo amerita y no es porque en sí la empresa se limita a participar; la falta de información alimenta la incertidumbre y por ende genera la desconfianza, existe información que es ventajosa a nivel colectivo e individual; en la aplicación esta diferencia no es concebida y los resultados es la negación a la asociatividad, para contrastar aquello, es necesario la transferencia de información que juega un papel transcendental en este proceso. La apertura del Free Riders (empresas que obtiene los beneficios pero sin compartir costos), es una limitante particularmente por la falta de visión y por la aversión al riesgo de las personas

que practican este arte. El quebrantamiento del modelo empresarial implantado en el entorno, es preciso romper paradigmas y dar un paso a la globalización en donde la competitividad es lo que genera un futuro comprometedor.

#### **1.2.2.7 Restricciones de la asociatividad**

- 1.- La falta de cultura de cooperación entre empresas.
- 2.- La ausencia de un entorno institucional que estimule y soporte la existencia de mecanismo de cooperación.
- 3.- La confusión del término con otros tipos de estrategias individuales y colectivas.
- 4.- La falta de difusión de las experiencias que pueden ser tipificadas como praxis de asociatividad.
- 5.- La falta de Management de los grupos asociativos.
- 6.- La falta de proyectos asociativos.

#### **1.2.2.8 Agentes que promueven la asociatividad**

Las entidades que actúan como intermediarias o propulsoras y sus aportes están inmersas en lo que respecta a promoción de la asociatividad, financiamiento, capacitación y asesoramiento. A continuación detallamos algunas:

- Universidades.
- Estado.
- Asociaciones o Cámaras de comercio e industria.
- Gremios empresariales.

#### **1.2.2.9 Tipos de asociatividad**

Según (Maratuech Parodi, 2009), expone la siguiente tipología depende de la asociatividad:

**Alianzas estratégicas:** Son relaciones horizontales, entre empresas que compiten en el mercado, pero que se unen y cooperan en ciertas actividades, como pueden ser investigación y desarrollo, compras, comercialización, etc.

**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.

**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 las necesidades de potenciales clientes.

**Pool de compras:** 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.

**Grupos de exportación:** Varias empresas de un mismo sector se agrupan para desafiar juntos un proyecto de exportación, cuentan con un coordinador que es responsable de la estrategia de colocar sus productos en el exterior. Permite reducir costos, acceso a la información sobre mercadotecnia. También les posibilita a los integrantes del grupo mejorar la oferta de sus productos y servicios, tener un mayor poder de negociación y armar una imagen comercial fuerte frente a sus clientes.

### **1.2.2.10 Instrumentos para la formación de la asociatividad**

**El diálogo:** Debe de ser permanente entre participantes de los programas de asociatividad.

**Charlas de motivación:** Donde se invita a líderes para que expliquen cuales fueron las causas de su éxito y compartan sus valiosas experiencias.

**Diagrama del árbol de problemas:** Para conocer cuáles son los problemas, los síntomas que están en las hojas, las causas que estén en las raíces, permite establecer los medios y fines a cumplir.

**Reuniones de trabajo:** Las técnicas para efectuar reuniones pueden dividirse en dos partes según el tipo de participantes, así:

- a.) Reuniones de información.
- b.) Reuniones para crear estrategias y actitudes.

Los integrantes de una empresa asociativa deben asumir actitudes positivas encaminada al trabajo en equipo, logrando tomar decisiones adecuadas considerando los criterios y opiniones de cada participante despertando el interés y desarrollando valores principales como la confianza y solidaridad.

### **1.2.2.11 Proceso asociativo por etapas**

Según (Liendo & Martínez, 2006, pág. 314 y 315) y por (Kaes, 2008, pág. 94), establece el proceso asociativo por etapas:

1. Etapa de gestación.
2. Etapa de estructuración.
3. Etapa de madurez.
4. Etapa productiva o de gestión.
5. Etapa de declinación.

**Etapa de gestación:** Durante este periodo se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienza las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de los integrantes y las ventajas de llevar a cabo su propósito.

**Etapa de estructuración:** Los interesados ya han definido su rol dentro del grupo y han aceptado al mismo como herramienta para alcanzar los objetivos planteados. Es aquí donde se define las estrategias a seguir para el logro de los objetivos comunes.

**Etapa de madurez:** Los integrantes ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo que ya 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 de la actividad a desarrollar, creando pilares de auto sostenibilidad del grupo.

**Etapa productiva o de gestión:** Aquí se lleva a cabo las acciones para la obtención de resultados esperados. Los procesos internos se agilizan para llevar adelante el proceso.

**Etapa de declinación:** Comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuye y la relación costo - beneficio del accionar del grupo se transforma en aspectos negativos. Es en esta etapa en donde se decide realizar nuevos proyectos o definitivamente desintegrar al grupo.

### **1.2.3 Tipos de redes empresariales**

**Redes Verticales:** Según (López Cerdán, 2003), manifiesta que las redes verticales son: “Modalidad de cooperación entre empresas que se sitúan en posiciones distintas y consecutivas de la cadena productiva y se asocian para alcanzar ventajas competitivas que no podrían obtener de forma individual (p.45).

Según (Rodríguez Flores, 2013), en su trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial define redes verticales:

Este tipo de red se da entre empresas proveedoras y aquellas que producen bienes finales para el consumo. La cooperación en redes verticales en el carácter tecnológico proviene de acuerdos con instituciones tales como universidades, suministro de tecnologías. En la parte de mercadeo, ayudan para la compra exclusiva y manejo de territorios con distribución exclusiva. La capacitación y entrenamiento se puede costear entre todas las empresas que forman la aglomeración, y donde todos tienen los beneficios, a través del mejoramiento de sus recursos humanos, como a través de oferta de mano de obra más calificada. La especialización de las firmas en lo que hacen mejor, también es una ventaja de las aglomeraciones y redes asociativas. Empresas de eslabones consecutivos relacionadas entre sí para el incremento de sus beneficios por economías de escala, reducción de costos, competitividad, reducción de amenazas de proveedores y/o clientes, grado más alto de control sobre la cadena productiva (p. 35).

**Redes Horizontales:** Según (López Cerdán, 2003), menciona que las redes horizontales son: “La alianza entre grupos de empresas que ofrecen el mismo producto o servicio, las cuales cooperan entre sí en algunas actividades pero compiten entre sí en el mismo mercado”. Según (Rodríguez Flores, 2013) define redes horizontales como:

Son de carácter asociativo entre empresas competidoras de la misma rama y se puede dar en forma tecnológica, desarrollando tecnologías comunes para todas las empresas participantes: empresas del mismo eslabón, a veces competidoras, relacionadas entre sí para el logro de beneficios por economías de escala, sinergias, reducción de competencia, poder de negociación. Así mismo, la cooperación horizontal se puede dar en el aspecto productivo, y hasta limitación de producción, en el aspecto de mercadeo se puede asociar para tener una antena comercial conjunta, expansión de mercados, compartir marcas, servicio de postventa común, etc. Cabe recalcar que en estas redes la asociatividad puede darse entre entes complementarios y no competidores, que pueden dar un valor agregado a los productos y servicios (p. 35).

**Redes Territoriales:** Según (Rodríguez Flores, 2013), define redes territoriales como:

Las redes territoriales no son otra cosa que los llamados clúster o aglomeraciones que se pueden producir en un territorio identificable, sea éste una ciudad, provincia o región. Las aglomeraciones se dan cuando las firmas sean competidores o complementarios compiten entre sí pero también cooperan y existe una constante presión de la demanda hacia la innovación de los productos (p. 36).

Los clústers o llamados redes territoriales son agrupaciones de empresas que se agrupan con la finalidad de establecer una nueva organización, implantada en un lugar físico para cooperar y compartir experiencias que permitan proveer soluciones de problemas de carácter colectivo.

**Redes de Cooperación:** Según (Rodríguez Flores, 2013), define redes de cooperación como:

Conjunto de empresas que comparten información, procesos o conglomeran ofertas, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación, mantiene diversos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas (p. 36).

#### **1.2.4 Modelo asociativo**

Según (Liendo & Martínez, 2006), define el modelo asociativo:

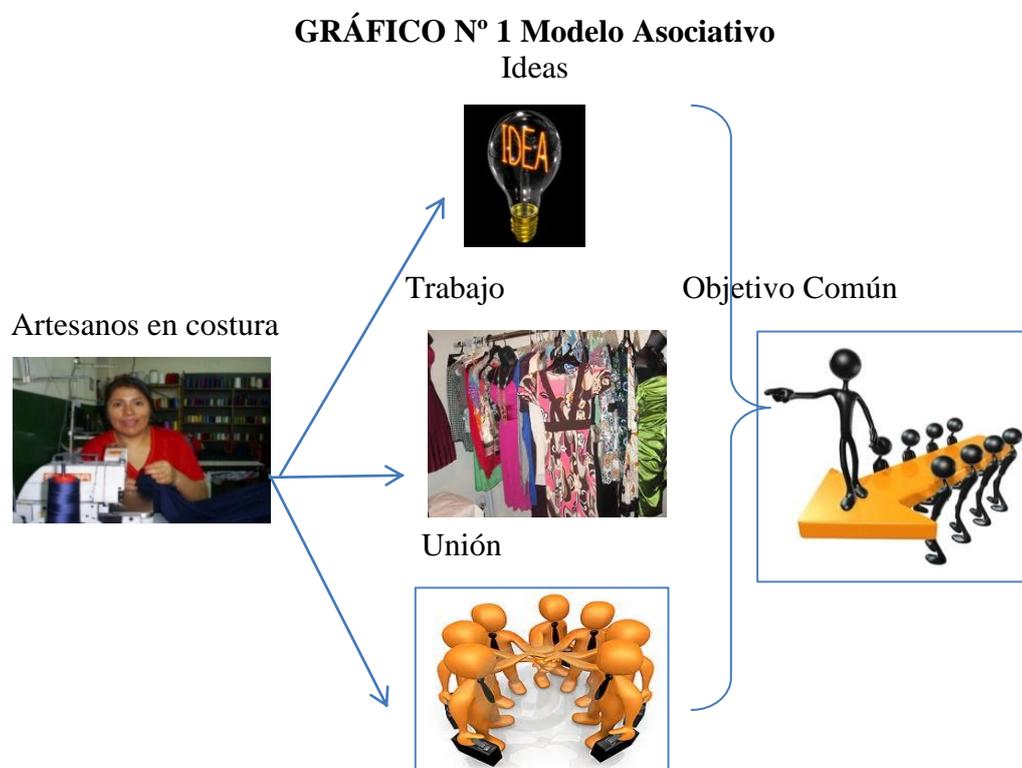
Como uno de los mecanismos de cooperación que persigue la creación de valor a través de la solución de problemas comunes originados fundamentalmente, por la falta de escala; es decir, la insuficiencia del tamaño de las empresas hace muy difícil la incorporación de tecnologías, la penetración a nuevos mercados y el acceso a la información, entre otros (p. 311).

Según (Liendo & Martínez, 2006), indica que el modelo asociativo en general, sin dejar de lado la autonomía de las empresas participantes, posibilita la resolución de problemas comunes tales como:

- Reducción de costos.
- Incorporación de tecnología.

- Mejora en el posicionamiento en los mercados.
- Acceso a mercados de mayor envergadura.
- Capacitación de recursos humanos.
- Incremento en la productividad.
- Acceso a recursos materiales y humanos especializados.
- Desarrollo de economías a 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. (p. 313).

Según (Asociatividad Empresarial - La clave de los pequeños empresarios para enfrentar grandes retos), presenta gráficamente el modelo asociativo.



**Fuente:** Asociatividad Empresarial “La clave de los Pequeños Empresarios para enfrentar grandes retos”.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

### 1.2.5 Estrategias de trabajo cooperativo

Según (Magnazo, Orchansky, & et al., 2007), define estrategia asociativa como:

Un mecanismo de relación y acción conjunta organizada y con cierto grado de permanencia, entre distintos actores - empresas, personas u organizaciones - interesados en unir voluntariamente sus esfuerzos para conseguir objetivos comunes y obtener beneficios que no podrían alcanzar individualmente (p. 11).

**Las estrategias de trabajo cooperativo:** Son las acciones y operaciones que guían y orientan la actividad laboral de las personas en equipos cooperativos; son los procedimientos empleados por el líder del grupo que hace que los demás se encuentre en grupos cooperativos: organicen, codifiquen, decodifiquen, analicen, resuman, integren y elaboren óptimamente la información para su respectiva aplicación y empleo.

**El trabajo colaborativo:** Exige tener metas comunes, responsabilidades individuales e igualdad de oportunidades, las metas grupales son estímulos dentro del trabajo colaborativo que facilita crear un espíritu de equipo y alienta a las personas a ayudarse entre sí. Es además, una de las mejores estrategias para abordar la diversidad del trabajo y caminar hacia un logro verdaderamente beneficioso. Trabajar en grupo de manera colaborativa no es fácil y cooperar es complicado, hay que estructurar la actividad de tal forma que promueva y casi obligue a contar con los demás para realizar las actividades, asignar responsabilidades al trabajador y combinar de manera equilibrada el trabajo individual con el trabajo en grupo. La esencia de trabajo en equipo o colaborativo es la cultura de cooperación y el espíritu de ayuda, consiste en trabajar coordinadamente aglutinando esfuerzos ya que es difícil lograr una sinergia total o de equilibrar las actitudes de los demás para la realización de determinadas actividades para cumplir con éxito la anhelada meta común.

## **1.2.6 Trabajo en equipo**

Un equipo está conformado por personas que comparte un objetivo y mantienen expectativas comunes. Se puede decir, que el equipo se enfoca a una misión con responsabilidad colectiva.

### **1.2.6.1 Ventajas del trabajo en equipo**

- ✓ Es posible lograr la sinergia que es comprendida como una cooperación creativa.
- ✓ Probabilidad de evitar errores, con el dialogo se toma mejores decisiones.
- ✓ Contribuye al mejoramiento e innovación continua.
- ✓ Oportunidad de analizar y mejorar procesos.
- ✓ Mayor compromiso de buscar soluciones.
- ✓ Decisiones grupales.
- ✓ Aumenta la calidad del trabajo.
- ✓ Minimiza tiempo.
- ✓ Nueva perspectiva de ver y resolver los problemas.
- ✓ Socialización de alternativas para la solución de problemas.

### **1.2.6.2 Desventajas del trabajo en equipo**

- Los involucrados se enfrenta a normas de desempeño y comportamiento del grupo.
- Aislamiento de un integrante del equipo de trabajo a pesar de ser un ente productivo.
- Ocio social o rechazo de la responsabilidad individual.
- Diferencia por comentario y opiniones vertidas “reflexión grupal”.

### **1.2.7 Mecanismo de cooperación**

Según (Craver & Darden, 2005), define mecanismo de cooperación como: “En términos generales, es una entidad o proceso cuya principal característica es la producción regular de cierto comportamiento” (p. 36).

Según (Whitelaw, 2009), define cooperación como.

Mecanismo de coordinación, articulador, proceso no sincrónico de acción conjunta en la búsqueda de objetivos complementarios que puede contribuir a la creación de valor; proceso de co-aprendizaje sustentado en la intencionalidad de actuar en conjunto, la disponibilidad de involucrar recursos, el establecimiento de reglas que regulen el acuerdo (recursos, intensidad, forma de relación, expectativas y repartición de resultados). El proceso cooperativo no es estático, las bases del acuerdo son constantemente reevaluadas por los actores y susceptibles de ser modificadas (p. 327).

Según (Kaes, 2008), manifiesta que el modelo de cooperación:

El desarrollo de modelos de cooperación empresarial, facilita a los participantes el acceso e incorporación de experiencias de otros actores reduciendo el riesgo y la incertidumbre en la toma de decisiones. El plan de asociatividad en general, sin dejar de lado la autonomía de las empresas o personas participantes, posibilita la resolución de problemas comunes (p. 56).

### **1.2.8 Toma de decisiones**

Según (Stoner, Gilbert, & Freeman, 2006) la toma de decisiones como:

La toma de decisiones es el proceso de identificar y elegir un curso de acción para atacar un problema o aprovechar una oportunidad, forma parte importante de la tarea del gerente, basándose en resultados pasados, circunstancia presentes y expectativas futuras. (p. 279).

Según (Stephen, Robbins, & Coulter, 2005), define la toma de decisiones como:

La toma de decisiones debe ser bajo la premisa de racionalidad, es decir, elegir la alternativa que lleve al máximo la probabilidad de alcanzar una meta. También afirma que la toma de decisiones se basa en racionalidad acotada, es decir, decisiones tomadas con racionalidad pero limitada por su capacidad de procesar información. Define la toma de decisión intuitiva: como el acto de tomar decisiones a partir de la experiencia, sentimiento y buen juicio acumulado (p. 140 y 141).

Según (Stoner, Gilbert, & Freeman, 2006), existen dos tipos de decisiones las programadas y no programadas.

**CUADRO N° 6 Tipos de Decisiones**

| <b>TIPO DE DECISIÓN</b> | <b>TÉCNICAS DE DECISIÓN TRADICIONALES</b>  | <b>TÉCNICAS DE DECISIÓN MODERNAS</b>   |
|-------------------------|--|--|
| PROGRAMADAS             | 1.-Hábitos y costumbres.<br>2.-Procedimiento operativo Estándar,<br>3.-Estructura organizativa: Canales. | 1.-Investigación operativa.<br>2.-Proceso de datos.                            |
| NO PROGRAMADAS          | 1.-Juicio, intuición y creatividad.<br>2.-Selección y entrenamiento                                      | 1.-Técnicas heurísticas.<br>2.-Entrenamiento.<br>3.-Simulaciones informáticas. |

**Fuente:** Libro Administración de Stoner, Freeman y Gilbert Jr. Pág. # 267.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

La decisión voluntaria es ecuaníme e individual, cada persona sin la persuasión de ninguna otra decide que hacer, como hacerlo y con qué fines hacerlo. El accionar es impulsado por su intuición o por sentido común, que con firmeza opta por dar solución a sus problemas.

### 1.2.9 Competitividad

Según (Porter, Ventaja competitiva de las naciones, 1991), define competitividad como:

La competitividad se define por la productividad con la que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. Para comprender la competitividad, el punto de partida son las fuentes adyacentes de prosperidad que posee un país, el nivel de vida de un país se determina por la productividad de su economía, que se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de recursos humanos, económicos y naturales. La productividad depende tanto del valor de los productos y servicios de un país medido por el precio que se pagan por ellos en los mercados libres como por la eficiencia con la que pueden producirse. La productividad también depende de una economía para movilizar sus recursos humanos disponibles. La competitividad de una nación depende de la capacidad de sus industrias para innovar y mejorar, y que determinadas empresas son capaces de hacerlo con coherencia, procurando denodadamente las mejoras y una fuente cada vez más perfeccionada de ventaja competitiva.

La competitividad es la capacidad de obtener y mantener ventajas competitivas que permita una mayor participación con la venta de productos y servicios en un mercado razonable comparativo, sin necesidad de sacrificar utilidades. Tiene como objetivo crear ventajas competitivas y comparativas que permitan a la empresa sostener y mejorar su posición dentro del mercado donde se desarrolla y en la industria a la que pertenece. La competencia es el principal estimulante de la competitividad, induce a modificar constantemente estrategias con el propósito de redefinir sus procesos e innovar. Existen dos tipos de competitividad:

**La competitividad interna:** Hace énfasis a la capacidad de la empresa para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles como: talento humano, capital, activos, procesos productivos, materiales e ideas.

**La competitividad externa:** Tiene una vertiente a la elaboración de los logros o metas empresariales en el contexto del mercado, por lo que es imprescindible considerar variables externas como: el grado de innovación, el dinamismo y la estabilidad económica para estimar su competitividad a largo plazo.

### 1.2.9.1. Factores claves de la competitividad

Según (Porter, Ventaja competitiva de las naciones, 1991), para saber los factores que determina la competitividad:

Habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor agregado y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo.

Los Centros Europeos de Empresas Innovadoras (CEEEI), en su documento titulado “Estrategias competitivas básicas”, menciona que algunos de los factores claves que fomentan la competitividad son:

- Productividad.
- Actitud mental positiva.
- Gestión efectiva de las organizaciones.
- Normativa institucional y legal propia.
- Factor humano.
- Infraestructura física y de servicios.

### 1.2.9.2 Estrategias competitivas

**Estrategia:** El término de estrategia deriva del vocablo griego strategos (unión de stratos “ejército” y agein que es “conducir o guiar”.) y hace reseña al arte general para conseguir el éxito en las batallas. La estrategia es un mecanismo de apoyo o medidas de actuación para alcanzar un fin determinado que se adapta con el objetivo para conseguir un resultado positivo.

Según (Cano Flores, Díaz Cerón, & Olivera Gómez, 2008), definen estrategia como:

La estrategia es también un mecanismo de adaptabilidad de la estructura de la organización a las demandas e influencias que impone o exige el medio ambiente socioeconómico (mercado) en donde se desarrolla la organización. La estrategia es el resultado del conocimiento objetivo que se tiene del entorno por parte de los administradores, y de la capacidad de éstos para indicar o proponer medidas de actuación de la organización en su conjunto, para que ésta pueda desarrollarse con el éxito esperado (p. 3).

Según (Porter, You Tube), video de entrevista, define estrategia como:

“La estrategia es cuestión de ser únicos, de darle algo único al cliente que los competidores no pueden darle, algún valor único que hace que la empresa tenga la capacidad de satisfacer las necesidades de los cliente de manera que nadie más está intentando o puede satisfacer. La idea central de la estrategia es que no competimos por ser los mejores, competimos por ser únicos, debemos comprender como seremos únicos como organización de crear una manera diferente de competir. Para el desarrollo de una estrategia debemos comenzar por comprender que la meta fundamental de toda compañía desde la perspectiva adecuada de una meta financiera es la capacidad de obtener una rentabilidad superior, concentración en el verdadero valor económico ya que es la que impulsa al éxito empresarial. La estrategia es cuestión de ponerse en la posición donde puedan mantener la rentabilidad superior”. (Video - Michael Porter Que es una estrategia).

Según lo estipulado en el (Generalitat Valenciana & Centros Europeos de Empresas Inovadoras, 2008), básicas define la estrategia competitiva:

La estrategia competitiva constituye una de las principales herramientas al alcance de la empresa en su búsqueda de crecimiento, indistintamente de su tamaño. Es cierto que en la PIME, por su sistema de dirección, este proceso es intencional y no está institucionalizado. Motivo por lo que se debe considerar la oportunidad que supone el diseñar una estrategia competitiva que mejore y refuerce las habituales características de la empresa (flexibilidad, agilidad en las operaciones, implicaciones en talento humano y estructura organizativa) (p. 8).

Según (Francés, 2006), en base a (Porter, Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, 1980), define estrategia de liderazgo en costo como:

Estrategia de liderazgo en costos requiere un conocimiento detallado y profundo de las actividades de la cadena de valor para identificar aquellas en las cuales se pueden alcanzar ventajas en costos. El principal motor es la curva de experiencia, según la cual el costo unitario de producción disminuye con el número acumulado de unidades producidas. Esta estrategia se considera de carácter sostenible, puesto que no es fácil imitar por los seguidores mientras no cambie de tecnología de producción (p. 107).

Según (Francés, 2006), en base a (Porter, Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, 1980), define estrategia de diferenciación como:

Estrategia de diferenciación consiste en la incorporación de atributos, tangibles o intangibles, que determinen que el producto sea percibido por los clientes de una manera especial o único dentro del mercado. Para lograr la diferenciación se examinan las diferentes actividades realizadas en la cadena de valor a la luz de los impulsos de valor (p. 107).

Según (Francés, 2006), en base a (Porter, Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors, 1980), define estrategia de enfoque como:

Estrategia de enfoque consiste en concentrar la atención de las necesidades de un grupo particular de compradores, segmento de mercado o mercado geográfico. Existen dos variantes: focalización en costos y focalización en diferenciación. La primera se dirige a un determinado segmento de mercado, identificado por su poder adquisitivo, alto o bajo. La segunda se orienta a un segmento de mercado identificado por necesidades o grupos específicos (p. 107).

Las estrategias competitivas descritas anteriormente también están argumentadas por: ([www.eumed.net](http://www.eumed.net)), ([www.formate-gratis.es](http://www.formate-gratis.es)) y ([www.redautonomos.es](http://www.redautonomos.es)).

**La ventaja competitiva:** Comprende un conjunto de atributos inherente a un producto o servicio que hace apetecible para satisfacer necesidades en el mercado. Condición favorable que obtienen las empresas al realizar actividades de manera

más eficiente que sus competidores lo que se refleja en un costo inferior; o realizarlas de una forma peculiar que les permite crear un mayor valor para los compradores y obtener un sobreprecio. El valor se mide por el precio que los compradores están dispuestos a pagar. Según lo estipulado en el (Generalitat Valenciana & Centros Europeos de Empresas Innovadoras, 2008), define la ventaja competitiva como: “La ventaja competitiva resulta de la explotación o del aprovechamiento adecuado de alguna capacidad distintiva (recurso y/o competencia)” (p. 11).

Según (Porter, Ventaja competitiva de las naciones, 1991), define ventaja competitiva:

La ventaja de una empresa está en su habilidad, recurso, conocimientos y atributos de lo que dispone una empresa y los mismos que carecen sus competidores o tienen en su medida, haciendo posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de aquellos”. “Una empresa tiene ventaja competitiva cuando logra posicionarse de mejor manera que la competencia en la captación segura de clientes y, además logra defenderse contra las fuerzas competitivas (p. 535).

**Ventaja comparativa:** Recursos, atributos y otras características de los que dispone una persona, organización o país y que le permiten obtener un grado mayor de productividad que sus competidores. También comprende a una serie de características que hace atractivo al producto.

**Ventaja distintiva:** Son las habilidades, aptitudes, tecnologías capaces de proporcionar beneficio diferenciado a los clientes buscando reducir costos de la empresa.

**Productividad:** Es el cumplimiento de los objetivos programados en un proceso de producción, considerando aspectos relacionados como: la estrategia, fuerza laboral innovadora, capacidad productiva, uso correcto del conocimiento

direccionado a una eficiente producción de bienes y servicios sin perder la calidad.

**Rentabilidad:** Se entiende como rentabilidad del capital invertido, se trata de la relación entre los beneficios obtenidos y las inversiones realizadas para obtenerlos.

Según (Kotler & Armstrong, 2008), define estratégica la mezcla de marketing como:

Conjunto de herramientas de marketing tácticas y controlables producto, precio, plaza y promoción que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado. Las “Cuatro P”: Producto: se refiere a la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta (variedad, calidad, diseño, características, marca, envase y servicios). Precio: es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto (precio, descuentos, periodo de pago y condiciones de crédito) Plaza: conocido también como punto de venta incluye las actividades de la empresa que ponen al producto (canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística) Promoción: comprenden actividades que comunican las ventajas del producto a disposición del mercado meta (publicidad, ventas personales, promoción de ventas, Relaciones públicas) (p. 52).

Las empresas aplican esta herramienta “marketing mix” para lograr un beneficio y además es una guía que le permite actuar de manera planificada para satisfacer las necesidades y crear una relación con los clientes.

### **1.2.10 Mercado**

El mercado está en todas partes, donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En términos económicos, el mercado es considerado como un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto directo para realizar transacciones en cualquier parte o lugar. Según (Kotler & Armstrong,

2008), define al mercado como: “Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinados que se pueden satisfacer mediante relaciones de intercambio” (p. 8).

Según (kotler & Armstrong, 2008), define mercado meta como: “Conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes, y a los cuales la compañía decide servir” (p. 178).

Según (kotler & Armstrong, 2008), define segmento del mercado como: “Grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de labores de marketing (p. 49).

Según (Ormazábal A., 2011), define tamaño del mercado como:

Se refiere a la magnitud del mismo en unidades o en valor económico, la primera hace énfasis a las unidades (kilos, cantidades, litros, etc.) y la segunda se basa al monto en dinero de dicho mercado, de otra perspectiva el tamaño de mercado se define también como el resultado entre el “número de clientes potenciales” y el “monto de las compras promedio por consumidor”.  $\text{Tamaño del mercado} = \text{N}^\circ \text{ de clientes potenciales} \times \text{Promedio de compras por cliente}$  (p. 1).

Según ([www.ehowenespanol.com](http://www.ehowenespanol.com)), define participación en el mercado como:

Porción (porcentaje) de productos o servicios específicos vendidos por un negocio dentro de una región dada (que puede ser una sola comunidad o en el mundo entero). Las medidas de participación de mercado pueden ser amplias, midiendo qué tan grande es el lugar que tiene la compañía en una industria principal.

La participación en el mercado es el peso que tiene la empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios, ingreso por venta.

Según (Kotler & Armstrong, 2008), define posicionamiento en el mercado como: “Hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en relación con los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta (p. 50).

Según (Baca Urbina, 2010), define canal de distribución como:

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vistas (p. 49).

Según (Baca Urbina, 2010), define intermediario como:

Los intermediarios son empresas o negocios propiedad de terceros encargados de transferir el producto de la empresa productora al consumidor final, para darle el beneficio de tiempo y lugar. Hay dos tipos de intermediarios: los comerciantes y los agentes. Los primeros adquieren el título de propiedad de la mercadería, mientras que los segundos no lo hacen, sino solo sirven de contacto entre el productor y el vendedor (p. 48).

Los canales de distribución están compuesto por: productor, mayoristas, minoristas y consumidor final. Al establecer un canal hay que primeramente conocer los intermediarios existentes para luego ir descartando opciones hasta evaluar la posibilidad de hacer negocio con solo aquellos que si cumple con los parámetros establecido; colabora para alcanzar los objetivos de ventas y de cómo dicho intermediario puede influir en el producto.

### **1.2.11 Venta**

Según (Baca Urbina, 2010), define comercialización como:

La comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor; esta actividad debe conferirle al productos los

beneficios de tiempo y lugar; es decir, una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuados, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra (p. 48).

Según (Parreño Selva, Ruíz Conde, & Casado Díaz, 2008), define venta personal como:

Instrumento del mix comunicación debido a su componente personal. Sus principales funciones son: 1) Informar: proporcionar información sobre la oferta de la empresa para obtener una inmediata decisión de compra. 2) Persuadir: adapta los diferentes atributos de la oferta a las necesidades, los gustos y las preferencias de los consumidores. 3) Mantener relaciones con los clientes: ayuda a conseguir la satisfacción del consumidor y una duradera relación con él (p. 233).

Según (Perrone, Azcategui, & Espinoza, 2009), indica que la estrategia de venta.

Es un tipo de estrategia que se diseña para alcanzar los objetivos de venta. Incluye: los objetivos de cada vendedor, material promocional a usar, el número de clientes a visitar (por día, semana o mes); el presupuesto de gastos asignados al departamento de ventas, tiempo a dedicar a cada producto y la información a proporcionar a los clientes (slogan o frase promocional, características, ventajas y beneficios del producto), etc. (Diapositivas N° 5).

### **1.2.12 Producto**

El producto es un conjunto de atributos o características tangibles e intangibles reconocidos e identificables por el comprador, el mismo que lo obtienen para satisfacer sus necesidades.

Según (Kotler & Armstrong, 2008), define producto como: “Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (p. 199)

Según (kotler & Armstrong, 2008), indica que la calidad del producto: “Es la capacidad de un producto para desempeñar sus funciones, incluye la durabilidad general del producto, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación, entre otros valiosos atributos” (p. 206).

### **1.2.13 Servicios**

Los servicios son considerados como productos intangibles por que no se puede visualizar pero su importancia es valiosa para la organización ya que producen resultados significativos y además satisface una necesidad.

Según (kotler & Armstrong, 2008), define servicio como: “Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y es básicamente intangible porque no tiene como resultado la obtención de la propiedad de algo” (p. 199).

Según (kotler & Armstrong, 2008), define la satisfacción del cliente como: "Grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador” (p. 14).

Según (Arévalo & Calderon, 2010), define la calidad en el servicio: “Calidad en el servicio surge cuando igualamos o sobrepasamos las expectativas de los clientes internos como externos. Permite referirse a la presentación humana alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales” (Diapositivas N° 3).

Según (Rojnik La Riva), define la calidad del servicio según el cliente: Lo que espera el cliente expectativas Vs. Percepciones (proceso) es igual al servicio esperado Vs. Servicio recibido o percibido (resultado. Sorpresa de calidad =  $SR > SE$ . Calidad 100% =  $SR = SE$ . Problema de Calidad =  $SR < SE$  (p. 11)

### 1.2.14 Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter

Según (Porter, Estrategia competitiva, 1982), menciona que las cinco fuerzas competitivas:

Es un modelo estratégico que permite profundizar el análisis de la estrategia competitiva de una organización, con el fin de encontrar una posición en la industria, desde el cual la empresa pueda defenderse a sí misma de estas fuerzas competitivas o bien puede influir en ellas a su favor (p. 83).

Según (Porter, Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors, 1980), menciona que el análisis de las fuerzas competitivas se logra por la identificación de 5 fuerzas competitivas fundamentales, estas son:

**F1. Ingreso de competidores:** Es el análisis de la industria en lo concerniente a la facilidad que esta presenta para que ingresen nuevas empresas o competidores, aun por encima de las barreras existentes para evitar la entrada de competencia.

**F2. Amenaza de sustitutos:** Es el análisis de las posibilidades y facilidades de aparición de productos sustitutos especialmente a un precio más bajo.

**F3. Poder de negociación de los compradores:** Factores que pueden incidir en el poder de negociación de los compradores y las posibilidades de asociaciones para compra de volúmenes buscando precios más favorables.

**F4. Poder de negociación de los proveedores:** Análisis de los proveedores de materias primas, cuantos proveedores hay, posibilidades de aumento de los proveedores, competencia entre ellos, o son pocos o es un monopolio.

**F5. Rivalidad o competencia entre los jugadores existentes.** Como es la competencia, hay un dominante o hay varios de igual fuerza y tamaño en el mercado o industria actual.

Dentro de este modelo se incluye también el papel del gobierno, como factor interviniente, en especial por las políticas planteadas hacia el sector de la industria en la cual se genera el análisis, teniendo en cuenta la política general si se trata de un gobierno proteccionista y si sus políticas intervienen el mercado o la producción de materias primas y en especial si interviene los precios del mercado.

**GRÁFICO N° 2 Cinco Fuerzas de Porter**



Fuente: Competitive Strategy.- Michael Porter (1980).

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

### 1.2.15 Cadena de valor

La cadena de valor es un modelo donde se refleja y determina las actividades primarias y secundarias distintivas que permite generar ventaja competitiva, consiste en crear valor al producto y servicio que oferta una organización, todo orientado al cliente y por ende, reducir costos ya que cada actividad se complementa con otra; es un modelo sistémico.

Según (Kotler & Armstrong, 2008) define la cadena de valor como: “Es la serie de departamentos que realizan actividades que crean valor al diseñar, producir, comercializar, entregar y apoyar los productos de la empresa” (p. 23).

Según (Porter, Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, 1985), define la cadena de valor como: “La cadena de valor empresarial, es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final” (p. 29).

**GRÁFICO N° 3 Cadena de valor**



**Fuente:** Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, Michael Porter, (1985).  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Para ampliar el conocimiento respecto a la cadena de valor se visitó (es.wikipedia.org):

### Actividades primarias

Las actividades primarias son indispensables, que toda organización de bienes y servicios dispone; se refieren a la creación física del producto, diseño, fabricación, venta y el servicio post venta, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades, directas, indirectas y de control de calidad.

El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

- **Logística interna bilateral:** Comprende operaciones de recepción, almacenamiento, control de existencias y distribución interna de materias primas e insumos auxiliares hasta que se incorporan al proceso productivo de la empresa.

- **Operaciones (producción):** Procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.
- **Logística externa lateral:** Recepción de los productos, almacenamiento y distribución del producto terminado al consumidor.
- **Marketing y Ventas:** Actividades con las cuales se da a conocer el producto y actividades a través del cual los clientes puedan comprar el producto.
- **Servicio:** Servicio de post venta o mantenimiento, agrupa las actividades destinadas a mantener y ganar el valor del producto y servicio, mediante la aplicación de garantías, servicios técnicos y soporte de fábrica al producto.

#### **Actividades secundarias (apoyo o transversales)**

Las actividades primarias están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas actividades secundarias y éstas son:

- **Infraestructura de la organización:** Actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad, sistema de información, las finanzas, asuntos legales, administración de calidad y administración pública.
- **Dirección de recursos humanos:** Actividades de búsqueda, contratación, entrenamiento, desarrollo, compensación y motivación del personal.
- **Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo (I+D):** Generadores de costes y valor (conocimiento, procedimientos o la tecnología dentro del equipo de proceso, desarrollo de nuevos productos, mejoramiento y optimización de procesos como producción. Logística, comercialización y servicios).
- **Abastecimiento:** Almacenaje y acumulación de artículos de mercadería, insumos, materiales, etc.

### 1.2.16 Matriz de Análisis FODA

En base a los argumentos de (Estrella, 2010) y (Copyright@dequate.com, 2004), la matriz de análisis FODA es una herramienta que permite examinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; es multifuncional, puede ser utilizado en todos los niveles y áreas de la empresa, así mismo en las unidades como: productos, líneas de productos, etc. También conocida como análisis DAFO y por sus siglas en inglés como SWOT.

**Análisis Interno.** (Variables dentro de la empresa que se tiene algún grado de control).

- **Fortalezas:** Factores positivos internos que contribuyen al desarrollo de estrategias encaminado al logro de los objetivos de la empresa.
- **Debilidades:** Factores negativos internos que impiden a la implementación de estrategias que generen valor y por ende al logro de los objetivos de la empresa.

**Análisis externo:** (Áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de productividad y rentabilidad).

- **Oportunidad:** Todas aquellas posibilidades externas que tienen un impacto favorable en las actividades de la empresa.
- **Amenaza:** Todas aquellas fuerzas externas o dificultades que pueden tener una influencia desfavorable en las actividades de la empresa.

**CUADRO N° 7 FODA**

| Fortalezas  | Oportunidades   |
|---|---|
| 1. Creatividad en diseños<br>2. Diversificación de productos<br>3. disponibilidad de tiempo<br>4. Experiencia del personal<br>5. Disposición del personal por aprender        | 1. Adquisición de tecnología<br>2. Apoyo gubernamental<br>3. Acceso a capacitación<br>4. Alianzas estratégicas con proveedores<br>5. Apertura a nuevos mercados   |
| Debilidades   | Amenazas  |
| 1. Recursos escasos<br>2. Infraestructura física<br>3. Desconocimiento de procesos administrativos<br>4. Desaprovechamiento de residuos<br>5. Falta de promoción y publicidad | 1. Cambios climatológicos.<br>2. Amenazas de productos sustitutos<br>3. Inflación en los precios<br>4. Competidores no agremiados<br>5. Políticas gubernamentales |

**Fuente:** Trabajo - Planeación estratégica para una asociación.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

### 1.2.17 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Según (Villaro, 2012), (Estrella, 2010) y (planeacionestrategica, 2009):

La MEFI es una matriz que puede enriquecer el análisis estratégico empresarial en la cual se establece un análisis de los factores internos de la empresa (fortalezas y debilidades). Permite resumir y valorar las principales fortalezas y debilidades en cada una de las áreas del negocio.

Para la elaboración de una MEFI se necesita de cinco pasos:

1. Hacer un listado de los factores de éxito internos (identificados y definidos en el proceso de la auditoría interna), se recomienda como máximo un total de diez fortalezas y diez debilidades. Es preferible primero anotar las fortalezas y luego las debilidades.
2. Asignar un peso a cada factor según su grado de importancia, entre 0.0 (no relevante) a 1.0 (absolutamente relevante). El peso adjudicado a cada

factor indica la importancia relativa del mismo para alcanzar el éxito de la empresa, los factores de mayor trascendencia en el desempeño de la empresa deben llevar los pesos más altos independientemente de que represente una fortaleza o una debilidad. El total de todos los pesos debe de sumar 1.0.

3. Luego a cada factor se le debe asignar una calificación de 1 y 4, donde.
  - 1 significa una debilidad mayor.
  - 2 significa una debilidad menor.
  - 3 significa una fortaleza menor.
  - 4 significa una fortaleza mayor.
4. Obtener una calificación ponderada por cada variable, mediante la multiplicación del peso de cada factor por su respectiva calificación.
5. Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para conocer el valor total ponderado de la empresa.

**Criterios de decisión:**

El total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Si el resultado es un valor inferior a 2.5 denota que la empresa está débil internamente, mientras que las calificaciones superiores a 2.5 indican que la empresa es internamente fuerte.

**Nota:**

- Cuando un factor interno clave es una fuerza y al mismo tiempo una debilidad, este factor debe ser incluido dos veces en la MEFI y se le debe asignar tanto un peso como una calificación.

**CUADRO N° 8 MEFI**

| <b>Factores determinantes de éxito</b>         | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Peso Pond.</b> |
|--|-------------|---------------------|-------------------|
| <b>Fortalezas</b>                              |             |                     |                   |
| 1. Creatividad en diseños                      | 0.10        | 1                   | 0.1               |
| 2. Diversificación de productos                | 0.08        | 1                   | 0.08              |
| 3. disponibilidad de tiempo                    | 0.06        | 3                   | 0.18              |
| 4. Experiencia del personal                    | 0.11        | 4                   | 0.44              |
| 5. Disposición del personal por aprender       | 0.07        | 2                   | 0.14              |
| <b>Debilidades</b>                             |             |                     |                   |
| 1. Recursos escasos                            | 0.15        | 4                   | 0.6               |
| 2. Infraestructura física                      | 0.14        | 4                   | 0.56              |
| 3. Desconocimiento de procesos administrativos | 0.09        | 1                   | 0.09              |
| 4. Desaprovechamiento de residuos              | 0.08        | 2                   | 0.16              |
| 5. Falta de promoción y publicidad             | 0.12        | 1                   | 0.12              |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>1.00</b> |                     | <b>2.47</b>       |

**Fuente:** Trabajo - Planeación estratégica para una asociación.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

### 1.2.18 Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

Según (Villaro, 2012), (Estrella, 2010), y (planeacionestrategica, 2009), señala que la MEFE:

La MEFE al igual que la MEFI es una matriz que puede engrandecer el análisis estratégico ya que se encarga de evaluar los factores externos de la empresa (oportunidades y amenazas). Permite a los gerentes resumir y valorar información tanto: tecnológica, competitiva, ambiental, social, cultural, demográfico, económica, jurídica, política y gubernamental.

Para la elaboración de una MEFE se necesita de cinco pasos:

1. Hacer un listado de los factores críticos externos que afecten a la empresa y a su industria, se recomienda como máximo un total de diez oportunidades y diez amenazas la más importantes. Es preferible primero anotar las oportunidades y después las amenazas.

2. Asignar un peso a cada factor, equivalente a un valor según su grado de importancia, entre 0.0(no es relevante) a 1.0 (que es muy relevante); referente a los pesos por lo general, las oportunidades poseen un valor alto en comparación con las amenazas, pero frecuentemente estas últimas si son graves también se le da un valor alto. Al final la suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.
3. Luego a cada factor se le debe asignar una calificación de 1 a 4, donde:
  - 4 significa una respuesta superior.
  - 3 significa una respuesta superior a la media.
  - 2 significa una respuesta media.
  - 1 significa una respuesta mala.
4. Obtener una calificación ponderada por cada variable, mediante la multiplicación del peso de cada factor por su respectiva calificación.
5. Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para conocer el valor total ponderado de la empresa.

### **Criterios de decisión:**

A continuación se detalla el significado del resultado (valor total ponderado) en sus categorías:

**4,0:** Denota que la empresa aplica sus estrategias para aprovecha de forma excelente las oportunidades y para minimizar los efectos de amenazas.

**Entre 4,0 y 2,5:** Indica que la empresa usa su estrategia para aprovechar las oportunidades y para minimizar los efectos de amenazas.

**Entre 2,5 y 1,0:** Significa que la estrategia de la empresa no aprovecha las oportunidades, ni minimiza los efectos de amenazas.

**1,0:** Señala que la estrategia de la empresa está desaprovechando las oportunidades y no hace nada para evitar las amenazas.

**CUADRO N° 9 MEFE**

| <b>Factores determinantes de éxito</b>   | <b>Peso</b> | <b>Calificación</b> | <b>Peso Pond.</b> |
|--|-------------|---------------------|-------------------|
| <b>Oportunidades</b>                     |             |                     |                   |
| 1. Adquisición de tecnología             | 0.03        | 2                   | 0.06              |
| 2. Apoyo gubernamental                   | 0.06        | 3                   | 0.18              |
| 3. Acceso a capacitación                 | 0.05        | 2                   | 0.1               |
| 4. Alianzas estratégicas con proveedores | 0.07        | 2                   | 0.14              |
| 5. Apertura a nuevos mercados            | 0.11        | 1                   | 0.11              |
| <b>Amenazas</b>                          |             |                     |                   |
| 1. Cambios climatológicos.               | 0.15        | 3                   | 0.45              |
| 2. Amenazas de productos sustitutos      | 0.10        | 2                   | 0.2               |
| 3. Inflación en los precios              | 0.14        | 1                   | 0.14              |
| 4. Competidores no agremiados            | 0.17        | 2                   | 0.34              |
| 5. Políticas gubernamentales             | 0.12        | 1                   | 0.12              |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>1.00</b> |                     | <b>1.84</b>       |

**Fuente:** Trabajo - Planeación estratégica para una asociación.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

### **1.2.19 Matriz FODA**

En base a los argumentos de (Estrella, 2010) y (Copyright@dequate.com, 2004) señala que la matriz FODA:

Es una matriz que aporta para la toma de decisiones y tiene como objetivo determinar cuatro tipos de estrategias que pueden ser utilizadas por la empresa, que el carácter de sinergia permita potencializar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, superar las debilidades y contrarrestar las amenazas.

Presentado en un cuadro de 2x2 (aspectos internos como externos) y que en cada cuadrante no supere de 7 elementos para evitar inconvenientes en el proceso de síntesis; en el cruce de las columnas y filas da apertura a una gráfica de 4 casillas como se aprecia en el siguiente gráfico, las mismas que sirve para anotarlas estrategias.

**CUADRO N° 10 Matriz FODA**

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>Factores Internos</b>                              | <b>Lista de Fortalezas</b><br>F1<br>F2<br>F3<br>F4                        | <b>Lista de Debilidades</b><br>D1<br>D2<br>D3<br>D4                       |
|   | <b>Factores Externos</b>  |   |
| <b>Lista de Oportunidades</b><br>O1<br>O2<br>O3<br>O4 | FO (Maxi – Maxi)<br><br>Estrategia para maximizar las F y las O           | DO (Mini – Maxi)<br><br>Estrategia para minimizar las D y maximizar las O |
| <b>Lista de Amenazas</b><br>A1<br>A2<br>A3<br>A4      | FA (Maxi – Mini)<br><br>Estrategia para maximizar las F y minimizar las A | DA (Mini – Mini)<br><br>Estrategia para minimizar las D y las A           |

**Fuente:** <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm#.UvcJ1GJ5ONU>

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

### 1.2.20 Matriz del perfil competitivo (MPC)

Según (Estrella, 2010), argumenta que: La MPC permite comparar factores internos y externos (generales y no específicos) de una empresa con sus competidores directos, los mismos que son descubierto en la MEFI y MEFE con el fin de establecer la posición estratégica. Los pesos asignados tienen la misma significancia, las calificaciones y los totales ponderados tienen el mismo procedimiento de cálculo y asignación que de una MEFE. Cabe mencionar que el peso ponderado total más alto es el que mejor perfil competitivo posee dentro del mercado.

**CUADRO N° 11 Matriz del Perfil Competitivo**

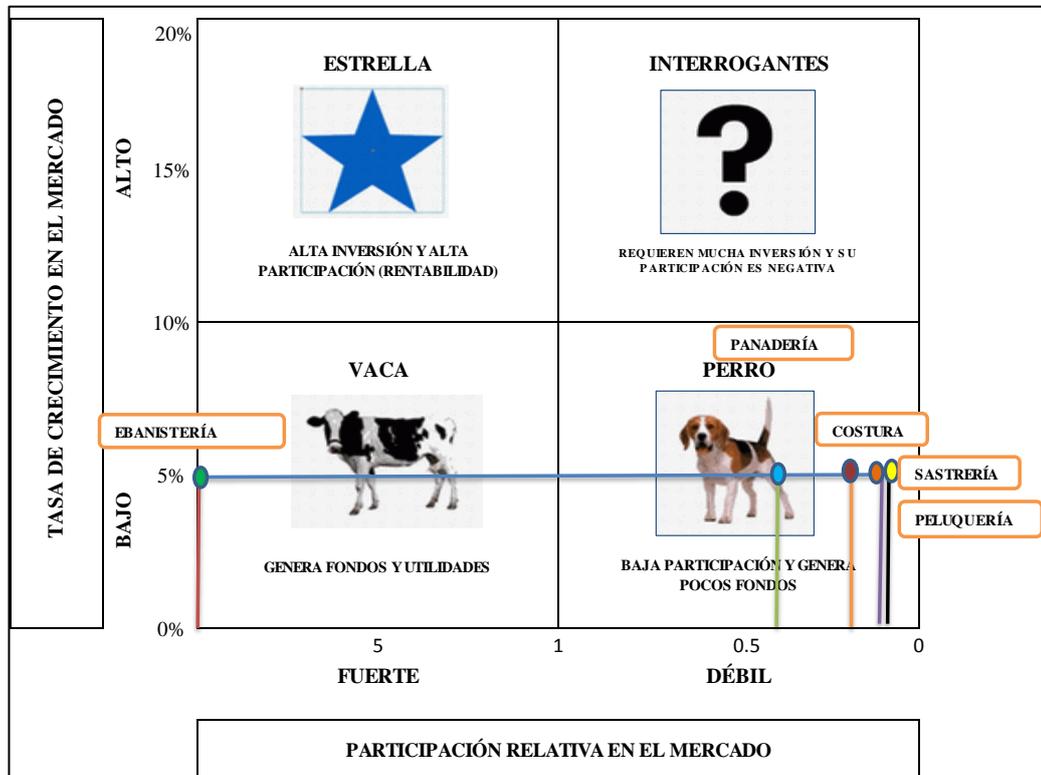
| Factores Críticos de Éxitos                  | Peso        | Nuestra empresa |             | Competidor 1 |             | Competidor 2 |             |
|--|-------------|-----------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|  |             | ?               |             | ?            |             | ?            |             |
|  |             | Calificación    | Peso Pond.  | Calificación | Peso Pond.  | Calificación | Peso Pond.  |
| Calidad del producto                         | 0.15        | 2               | 0.30        | 3            | 0.45        | 1            | 0.15        |
| Precio del producto                          | 0.20        | 4               | 0.80        | 3            | 0.60        | 4            | 0.80        |
| Diversificación de los productos y servicios | 0.40        | 2               | 0.80        | 3            | 1.20        | 2            | 0.80        |
| Participación en el mercado                  | 0.10        | 3               | 0.30        | 2            | 0.20        | 1            | 0.10        |
| Atracción de los clientes                    | 0.15        | 1               | 0.15        | 2            | 0.30        | 2            | 0.30        |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>1.00</b> |                 | <b>2.35</b> |              | <b>2.75</b> |              | <b>2.15</b> |

**Fuente:** Trabajo - Planeación estratégica para una asociación.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

### 1.2.21 Matriz del Boston Consulting Group (BCG)

GRÁFICO N° 4 BCG



Fuente: Trabajo - Planeación estratégica para una asociación.  
 Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

En base a los argumentos de ([www.admindeempresas.blogspot.com](http://www.admindeempresas.blogspot.com), 2011), la matriz BCG es una herramienta de análisis estratégico que muestra gráficamente en 4 cuadrantes la tasa de crecimiento en el mercado (eje vertical) y nivel de participación en el mercado (eje horizontal).

Es un indicador gráfico que indica el grado de necesidad o generación de recursos que tienen los productos de una empresa y de colaborar para decidir que unidades estratégicas de negocio (UEN) se debe invertir y cuáles no. Además permite:

- Conocer en un determinado momento la posición de la empresa o del producto (UEN).

- Comparar matrices de BCG escenarios de dos periodos distintos para visionar y elegir la estrategia más efectiva.

Según (Kotler & Armstrong, 2008), interpreta los cuatro cuadrantes de la BCG:

**Estrella:** Negocios o productos con alto crecimiento o alta participación; éstas, necesitan de inversiones para facilitar su rápido crecimiento, tarde o temprano su crecimiento se frenará y se convertirán en vacas de dinero en efectivo.

**Vacas de dinero en efectivo:** Negocios o productos de bajo crecimiento y alta participación de mercado. Necesitan de una menor inversión para retener su participación de mercado; por lo tanto, producen un gran flujo de efectivo que la empresa usa para pagar sus cuentas y apoyar a otras UEN que necesitan inversión.

**Interrogantes:** Son unidades de negocios con baja participación y alta en crecimiento en el mercado. Requieren de mucho dinero para mantener su participación y no para incrementarla. La dirección de la empresa debe meditar concienzudamente para determinar cuáles signos de interrogación tratará de convertir en estrellas y cuales deberá discontinuar.

**Perro:** Son negocios o productos de bajo crecimiento y baja participación. Estas UEN podrían generar suficiente dinero para mantenerse a sí mismas, pero no prometen ser fuentes importantes de dinero en efectivo. (p. 41).

Según (Jireth R., 2008), define estructura organizacional “Sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controla las personas coordinan sus acciones y utilizan los recursos para lograr las metas de la organización” (p. 7).

Según (Beltrán Jaramillo, 2007) y (Chaverra, 2008), define indicadores de gestión “A la combinación de variables cualitativas y cuantitativas que permite observar el comportamiento y cambios entorno a las actividades realizadas, además

contribuye para la toma de decisiones y adoptar medidas correctivas de forma acertada y oportuna”.

**Ventajas de los indicadores de gestión:**

1. Reducir la incertidumbre.
2. Motivar a los integrantes (desarrollo personal y profesional).
3. Estimular y promover el trabajo en equipo.
4. Impulsar la eficiencia, eficacia y productividad.
5. Identificar las falencias en las actividades para mejorar y fortalecer mediante las acciones correctivas.
6. Evaluar y visualizar periódicamente el comportamiento de las actividades realizadas.
7. Reorganizar políticas y estrategias.

Los factores críticos de éxitos son obstáculos que nos ayudan a tener un mayor control en la gestión estratégica, táctica y operativa.

Según (Clinea, 2008), define el diagrama de flujo de proceso como: “Una representación gráfica de orden de todas las operaciones, transporte, inspección, demoras, que se requiere dentro de un proceso de producción” 8p. 119).

### **1.3. Fundamentación Legal**

#### **1.3.1 La Constitución de la República del Ecuador**

##### **Título II – Derechos - Capítulo segundo – Derecho del buen vivir - La sección octava – Trabajo y seguridad social:**

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

**Art. 34:** Manifiesta que el Estado garantizará el derecho a la seguridad social y lo clasifica como un derecho irrenunciable para los ecuatorianos, ya que se regirá con principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación para la atención de necesidades individuales y colectivas. En conclusión, el derecho a la seguridad social para todos y todas, principalmente a quienes realicen trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentren desempleados.

##### **Capítulo cuarto – Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades:**

**Art. 57 en su numeral 4:** El Estado reconoce y garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas a conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras que serán inalienables, inembargables e indivisibles, las mismas que están exentas de pago de tasas e impuestos.

**Art. 59:** Señala que también el Estado reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubio y garantizará su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia.

### **Capítulo sexto – Derecho de libertad:**

**Art. 66 en su numeral 13:** Consagra el derecho de asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria. **En su numeral 15:** Derecho a desarrollar actividades económicas en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

### **Título VI – Régimen de desarrollo – Capítulo primero – Principios generales:**

**Art. 276 en su numeral 2:** Señala construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y la generación de trabajo digno y estable.

**Art. 277 en su numeral 5:** Que para la consecución del buen vivir es necesario impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan. **En su numeral 6:** Menciona promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

### **Capítulo tercero – Soberanía alimentaria:**

**Art. 281 en su numeral 1:** Menciona que es responsabilidad del Estado impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria. **En su numeral 5:** Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

### **Capítulo cuarto - Sección primera - Sistema económico y política económica:**

**Art. 283:** Manifiesta que el sistema económico es social y solidario, el mismo que se integrará por las formas de organización pública, privada, mixta, popular y solidaria (sectores cooperativos, asociativos y comunitarios).

**Art. 284 en su numeral 2:** Uno de los objetivos de la política pública es incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación de conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y a las actividades productivas complementarias en la integración regional.

#### **Sección segunda – Política fiscal.**

**Art. 285 en su numeral 3:** Uno de los objetivos de la política fiscal es la generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.

**Art. 288:** Expresa las compras públicas cumplirán criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social. Se priorizarán los productos y servicios nacionales, en particular los provenientes de la economía popular y solidaria, y de la micro, pequeñas y medianas unidades productivas.

#### **Sección séptima – Política comercial:**

**Art. 304 en su numeral 3:** Fortalecer el aparato productivo y la producción nacional. **En su numeral 5:** Impulsar el desarrollo de las economías a escala y del comercio justo.

**Art. 306:** El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsable, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecte negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

#### **Sección octava – Sistema financiero:**

**Art. 310:** Expresa que el sector financiero tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros, con la

otorgación de créditos que oriente de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía.

### **Capítulo sexto – Trabajo y producción – Sección primera – Formas de organización de la producción y su gestión:**

**Art. 319:** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza.

**Art. 320:** La producción en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

### **Sección cuarta – Democratización de los factores de producción:**

**Art. 334 en su numeral 2:** El Estado desarrollará políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras para el acceso a los factores de producción. **En su numeral 4:** Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.

### **Sección sexta – Ahorro e inversión**

**Art. 338:** El Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva en el país. Asimismo, generará incentivos al retorno del ahorro y de los bienes de las personas migrantes, y para que el ahorro de las personas y de las diferentes unidades económicas se oriente hacia la inversión productiva de calidad.

### **1.3.2 El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017**

#### **Objetivo N° 4: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.**

Expresa literalmente que el conocimiento es un instrumento para la libertad individual, para la emancipación social y para vivir y convivir bien – el conocimiento como acervo colectivo es un catalizador de una transformación económica y productiva,

**Política N° 4.4.** Mejorar la calidad de la educación en todos sus niveles y modalidades, para la generación de conocimiento y la formación integral de personas creativas, solidarias, responsables, críticas, participativas y productivas, bajo los principios de igualdad, equidad social y territorial.

#### **Lineamientos:**

a.- Fortalecer los estándares de calidad y los procesos de acreditación y evaluación en todos los niveles educativos, que respondan a los objetivos del Buen Vivir, con base a criterios de excelencia nacional e internacional.

**Política N° 4.9.** Impulsar la formación en áreas de conocimiento no tradicionales que aportan a la construcción del Buen Vivir.

#### **Lineamientos:**

b.- Promover el aprendizaje, la profesionalización y la capacitación en actividades artesanales tradicionales y otros oficios enfocado en la diversificación productiva.

#### **Objetivo N° 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.**

Para aquello, los instrumentos del Estado son los recursos públicos y la regulación económica y dentro de los mecanismos se encuentra el desarrollo de cadenas productivas, cambio del espectro productivo nacional mediante la transformación

de la matriz productiva (estímulos en la producción, diversificación de la economía e inserción inteligente en la economía mundial).

**Política N° 8.9.** Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario

**Lineamientos:**

d.- Establecer condiciones preferenciales a los actores de la economía popular en el acceso a financiamiento y facilidad de tasas de interés, para emprendimientos y/o la ampliación de su actividad productiva existente.

j.- Fomentar la asociatividad para el sistema económico popular y solidario organizado y con poder de negociación, en los diferentes encadenamientos productivos donde ejercen su actividad.

**Objetivo N° 9: Garantizar el trabajo digno en toda sus formas**

El trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos humanos.

**Política N° 9.1.** Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos.

**Lineamientos:**

a.- Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas, especialmente del sector popular y solidario, las Mipymes, la agricultura familiar campesina, así como las de trabajo autónomo que se orienten a la generación y conservación de trabajos dignos y garanticen la igualdad de oportunidades de empleo para toda la población.

b.- Democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las

actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados.

**Objetivo N° 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva.**

Es una inspiración histórica por el Gral. Eloy Alfaro Delgado, el gobierno de la Revolución Ciudadana actual quiere el mismo fin a beneficio del país amparado con el artículo 276 de la Carta Magna, su propósito es hacer cambios en la estructura productiva tales como: diversificar la economía, incentivar y garantizar la producción nacional, dinamizar la productividad, fomentar la competitividad sistémica, acumulación del conocimiento, inserción en la economía mundial y la producción complementaria en la integración regional con la conformación de nuevas industrias y fortalecer los sectores productivos con inclusión económica a sus encadenamientos (inversión pública).

**Política N° 10.1:** Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional.

**Lineamientos:**

c.- Consolidar la transformación productiva de los sectores priorizados industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo.

**Política N° 10.2.** Promover la intensificación tecnológica en la producción primaria de bienes intermedios y finales.

**Lineamientos:**

b.- Tecnificar los encadenamientos productivos en la generación de materia primas y la producción de bienes de capital, con mayor intensidad tecnológica en los procesos productivos.

g.- Articular los programas de innovación participativa en el sector rural, en sistemas formales e informales, con acceso y uso de TIC (tecnología de la información y la comunicación) para incrementar la cobertura de los servicios y fomentar el intercambio de conocimientos entre actores locales.

**Política N° 10.5.** Fortalecer la economía popular y solidaria -EPS-, y las micro, pequeñas y medianas empresas -Mipymes- en la estructura productiva.

**Lineamientos:**

b.- Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.

g.- Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios, de la micro, pequeñas y medianas unidades productivas.

i.- Fomentar, incentivar y apoyar la generación de seguros productivos solidarios, de manera articulada, al sistema de protección y seguridad social.

**Política N° 10.7.** Impulsar la inversión pública y la compra pública como elementos estratégicos del Estado en la transformación de la matriz productiva.

**Lineamientos:**

c.- Fomentar la sustitución de importaciones mediante la implementación de mecanismos que garanticen la priorización de encadenamientos productivos locales en la contratación pública, por parte de los diferentes niveles de gobierno, instituciones del Estado y las empresas públicas.

d.- Definir un margen de reserva de mercado en la compra pública, para dinamizar el sector de Mipymes y EPS aumentando su participación como proveedores del Estado, bajo consideraciones de absorción de la producción nacional, oferta y capacidad productiva de los proveedores.

f.- Mantener la potestad del Estado para promover la transformación de la matriz productiva mediante compras públicas con proveedores ecuatorianos, en cualquier negociación comercial internacional entre Ecuador y otros países.

**Política N° 10.8.** Articular la gestión de recursos financieros y no financieros para la transformación de la matriz productiva.

**Lineamientos:**

a.- Fortalecer el marco jurídico y regulatorio del sistema financiero nacional y popular y solidario, de manera que se profundice su rol de canalizador de recursos para la transformación de la matriz productiva.

h.- Fortalecer los mecanismos de seguros y reaseguros para el sector productivo y de servicios.

### **1.3.3 El Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones**

**Art. 3.-Objeto:** Regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. También busca generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar la productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva.

**Art. 4.-Fines–Literal A:** Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente.

**Literal I:** Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico.

**Literal Q:** Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la constitución y la Ley.

**Libro I: Del desarrollo productivo, mecanismos y órganos de competencia –**

**Título I: Del desarrollo productivo y su institucionalidad.**

**Art. 5 Roles del Estado - Literal G:** Menciona que para mejorar la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, el estado contribuirá para que participen en el mercado interno y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva.

**Art. 9.1.- Exoneración de impuesto a la renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.-** Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión. (Según disposición reformativa N° 2.2. - A continuación del Art. 9 y argumentado en el Art. 23 de este mismo código).

**Libro II: Del desarrollo de la inversión productiva y de sus instrumentos -**

**Título I: Del fomento, promoción y regulación de las inversiones productivas.**

**Título II: Del desarrollo productivo de la economía popular y solidaria:**

**Art. 22.- Medidas específicas -** El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica que se cree para el desarrollo integral de este sector.

Adicionalmente, para fomentar y fortalecer la economía popular, solidaria y comunitaria, el Consejo Sectorial de la Producción ejecutará las siguientes acciones: **Literal A):** Elaborar programas y proyectos para el desarrollo y avance de la producción nacional, regional, provincial y local, en el marco del Estado Intercultural y Plurinacional, garantizando los derechos de las personas, colectividades y naturaleza. **Literal B):** Apoyar y consolidar el modelo socio

productivo comunitario para lo cual elaborará programas y proyectos con financiamiento público para: recuperación, apoyo y transferencia tecnológica, investigación, capacitación y mecanismos de comercialización y de compras públicas, entre otros.

**Título IV: Zonas Especiales de Desarrollo Económico - Capítulo II: De los administradores y operadores de las Zonas Especiales de Desarrollo Económico (ZEDE).**

**Art. 41.-** Las sociedades recién constituidas, las inversiones nuevas reconocidas, las personas obligadas a llevar contabilidad y las sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad, que iniciaren actividades, estarán sujetas al pago de este anticipo después del quinto año de operación efectiva, entendiéndose por tal la iniciación de su proceso productivo y comercial. En caso de que el proceso productivo así lo requiera, este plazo podrá ser ampliado, previa autorización de la Secretaria Técnica del Consejo Sectorial de la Producción y el Servicio de Renta Internas. (Según disposición reformativa N° 2.10.- Reemplazo del último inciso de la letra b).

**1.3.4 La Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario**

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

**Art. 2.-Ámbito:** Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforma la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento.

**Art. 3.- Objeto:** A) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y solidaria y el Sector Financiero Popular y solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado. B) Potencializar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Suma Kawsay.

**Art. 6.- Registro:** Las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, deberán inscribirse en el Registro Público que estará a cargo del ministerio de Estado que tenga a su cargo los registros sociales. El registro habilitará al acceso a los beneficios de la presente Ley.

**Art. 8.- Formas de Organización:** Para efectos de esta Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativas, así como también las unidades Económicas Populares.

**Art- 9.- Personalidad Jurídica:** Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley.

**Art. 11.- Competencia desleal:** Los miembros, asociados y socios, bajo pena de exclusión, no podrán competir con la organización a que pertenezcan, realizando la misma actividad económica que ésta, ni por sí mismos, ni por intermedio de terceros.

**Art. 18.- Sector Asociativo:** Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su

producción de forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

**Art. 19.- Estructura Interna:** La forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad, un órgano directivo, un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por la mayoría absoluta, y sujeto a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

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

**Art. 132.- Medidas de fomento - Numeral 1:** El ente rector del sistema nacional de contratación pública de forma obligatoria implementará en los procedimientos de contratación pública establecidos en la Ley de la materia, márgenes de preferencia a favor de las personas y organizaciones regidas por esta Ley, en el siguiente orden: Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria y Unidades Económicas Populares.

**Art. 133.- Gobiernos Autónomos Descentralizados:** En ejercicio concurrente de la competencia de fomento de la economía popular y solidaria establecida en la presente Ley, incluirán en su planificación y presupuesto anuales la ejecución de programas y proyectos socioeconómicos como apoyo y fortalecimiento de las personas y organizaciones amparadas por esta Ley, e impulsarán a través de la creación, ampliación, mejoramiento y administración de centros de acopio de productos, centro de distribución, comercialización, pasajes comerciales, recintos feriales y mercados u otros.

Los Gobiernos autónomos en el ámbito de sus competencias, determinarán los espacios públicos para el desarrollo de las actividades económicas de las personas y organismos amparadas por esta Ley.

**Art. 139.- Hecho generador de tributos:** Las actividades propias de su objeto social, no constituyen hechos generadores de tributos; en cambio, los actos y demás operaciones que efectúen con terceros, están sujetos al régimen tributario común. Las utilidades que pudieran provenir de operaciones con terceros y que no sean reinvertidos en la organización gravarán IR.

**Disposiciones generales:**

**PRIMERA.-** Las organizaciones sujetas a esta Ley, fijarán sus propios mecanismos de control interno, incluyendo la solución de conflictos internos de acuerdo con lo que se establezca en el estatuto social; pudiendo recurrir al uso de métodos alternativos de solución de controversias.

**SEGUNDA.-** Las organizaciones sujetas a esta Ley, incorporarán sus informes de gestión, el balance social que acreditará el nivel de cumplimiento de los principios y sus objetivos sociales, en cuanto a la preservación de su identidad, su incidencia en el desarrollo social y comunitario, impacto ambiental, educativo y cultura.

### **1.3.5 La Ley de Defensa del Artesano**

**Art. 1.-** Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

**Art. 2.-** Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.

**Art. 7.-** Son deberes y atribuciones de la Junta Nacional de Defensa del Artesano:  
a.- Velar por el estricto cumplimiento de la Ley y demás leyes conexas relacionadas con el desarrollo de la artesanía y la defensa de los artesanos.

- b.- Formular, de acuerdo con las Juntas Provinciales de Defensa de artesanos, los reglamentos correspondientes para la agremiación de las diversas ramas de artesanos.
- c.- Implementar las acciones necesarias para que las entidades financieras públicas y privadas del país, conforme a lo dispuesto en esta Ley, establezcan las líneas de créditos para el fomento y desarrollo de la actividad artesanal.
- d.- Crear, con sujeción a las leyes vigentes, un banco de crédito artesanal.
- e.- Promover, conjuntamente con el Gobierno Nacional y los organismos seccionales, la creación de almacenes o parques artesanales destinados a la comercialización de sus productos.
- f.- Coordinar con las Juntas Provinciales la organización de ferias y exposiciones artesanales para incrementar la comercialización de sus productos en el mercado interno y externo.
- g.- Otras que constan en esta Ley y su reglamento.

**Art. 10.-** Los valores que los artesanos deben pagar para la obtención de su título profesional no podrán exceder de un equivalente al sesenta por ciento (60%) del salario mínimo vital vigente para los trabajadores en general.

**Art. 11.-** Los recursos de la Junta Nacional de Defensa del Artesano se destinará a la ejecución de planes y programas destinados al desarrollo integral y capacitación de la clase artesanal y de sus organizaciones gremiales, al fomento de ferias, exposiciones y concursos a nivel nacional e internacional, en concordancia con las metas y objetivos previstos en el Plan Nacional de Desarrollo Artesanal.

**Art. 17.-** El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante:

- a.- La exoneración de impuestos a la renta de capital con el concurso de trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los capitales en giro (impuesto sobre los activos totales) y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutos.
- b.- La importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo, salvo los de lujo.
- c.- La exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal.

d.- La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos el Directorio del Banco Central del Ecuador dictará la regulación correspondiente. Los montos de los créditos se fijarán considerando especialmente la actividad artesanal y el número de operarios que tenga a su cargo el taller.

e.- Los artesanos continuarán gozando de las demás exoneraciones contempladas en el artículo 9 de la Ley de Fomento Artesanal, en cuanto más le beneficie.

**Art. 18.-** Declárase obligatoria la afiliación del trabajador artesano al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

**Art. 23.-** Declárase el 5 de noviembre de cada año como el Día del Artesano Ecuatoriano.

### **1.3.6 Ley de Fomento Artesanal**

**Art. 1.-** Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamental manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

**Art. 7.-** Para gozar de los beneficios establecidos en esta Ley, el artesano maestro de taller requiere de la calificación conferida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, o del carné de agremiación expedido por las diferentes organizaciones o instituciones artesanales clasistas con personería jurídica, en los casos de los artesanos miembros de asociaciones simples o compuestas, gremios, cooperativas, uniones de artesanos, cámaras artesanales u otras que se crearen de conformidad con la Ley (justificando su personería jurídica y la calidad de su representante legal).

**Art. 9.-** Los artesanos naturales o jurídicos, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios:

- 1.- Exoneración de hasta 100% de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos, materia prima y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesario para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales.
- 2.- Exoneración total de los derechos, timbres, impuestos y adicionales que graven la introducción de materia prima importada dentro de cada ejercicio fiscal, que no se produzca en el país y que fuere empleada en la elaboración de productos que se exportaren.
- 3.- Exoneración total de los impuestos y derechos que graven la exportación de artículos y productos de artesanías.
- 4.- Exoneración total de impuestos a los capitales de giro.
- 5.- Exoneración de derechos e impuestos fiscales, provinciales y municipales, inclusive de la alcabala y de timbres, a la transferencia de dominio de inmuebles para fines de instalación, funcionamiento, ampliación o mejoramiento de los talleres, centros y almacenes artesanales, donde desarrollan en forma exclusiva sus actividades.
- 6.- Exoneración de los impuestos que graven las transacciones mercantiles y la prestación de servicios, de conformidad con la Ley.
- 7.- Exoneración de impuestos arancelarios adicionales a la importación de envases, materiales de embalaje justificando que dicho producto no se produzcan en el país.
- 8.- Exoneración total de los derechos, timbres e impuestos que graven los actos constitutivos, reformas de estatutos, elevación de capital de asociaciones, gremios, cooperativas, uniones de artesanos u otras personas jurídicas reconocidas legalmente, conforme lo determina la presente Ley.
- 9.- Las personas naturales o jurídicas acogidas a esta Ley percibirán hasta el 15% en general como Abono Tributario o sobre el valor FOB de las exportaciones, y, como adicional, por razones de difícil acceso a mercados externos, licencias, permisos previos, competencia en el mercado, costos, fletes y lo que representan

los nuevos mercados, hasta el 10% de los porcentajes que se establecieren legalmente.

10.- Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuyentes establecidas para la obtención de patente municipal y permiso de funcionamiento.

**Art. 27.-** Las instituciones de crédito de fomento otorgarán créditos a los artesanos, uniones de artesanos y personas jurídicas artesanales, en condiciones favorables que se adapten a la situación de un sujeto de crédito con capacidad de garantía limitada. Estas instituciones de fomento harán constar anualmente en su presupuesto de inversiones un fondo especial (tomando como base los programas de fomento de la producción de las artesanías elaboradas por el MIPRO en concordancia con el Plan de Buen Vivir).

**Art. 28.-** Créase el Fondo Nacional de Inversiones Artesanales (FONADIA) que será administrado por el Banco Nacional de Fomento, según reglamento que dictará el presidente de la República, con los fondos asignados por el Estado, préstamos nacionales e internacionales que se consiguieren para el fomento artesanal en sus diferentes ramas y actividades, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo.

**Art. 29.-** El Estado, las instituciones del sector público y todas las demás entidades que gocen de algún beneficio estatal, provincial o especial o que participen en fondos públicos, se abastecerán preferiblemente con productos de la artesanía nacional.

### **1.3.7 Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno**

#### **En el capítulo II – Exenciones:**

**Art. 9 en su numeral 19:** Los ingresos percibidos por las organizaciones previstas en la Ley de Economía Popular y Solidaria siempre y cuando las utilidades obtenidas sean reinvertidas en la propia organización. Para efecto, se define: A) Utilidades: ingresos obtenidos en operaciones con terceros, luego de deducidos los correspondientes costos, gastos y deducciones adicionales. B)

Excedentes: ingresos obtenidos en las actividades económicas realizadas con sus miembros, una vez deducidos los correspondientes costos, gastos y deducciones adicionales; es importante que dentro de la contabilidad especifique claramente para diferenciar los ingresos, costos y gastos con las utilidades y con los excedentes.

**Art. 9.1:** Contempla la exoneración del pago del IR para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas durante los primeros cinco años de operación de la misma para sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también de las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes (párrafo fundamentado en el Art. 19 y 23 del RALORTI y exención 18 del SRI: Compensación para el salario digno).

**Art. 56 en su numeral 19:** Señala que los servicios prestados por los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano se encuentra grabados con tarifa 0% de IVA, asimismo los servicios que presten los talleres, operarios y bienes producidos y comercializados por ellos.

### **1.3.8 Ley Orgánica de Educación Superior**

**Art.5.- Derechos de las y los estudiantes, en su Literal G:** Participar en el proceso de construcción, difusión y aplicación del conocimiento.

**Art. 8.- Fines de la educación superior, en su Literal E:** Aportar con el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo previsto en la Constitución y en el Plan Nacional de Desarrollo. **Literal F:** Fomentar y ejecutar programas de investigación de carácter científico, tecnológico y pedagógico que coadyuven al mejoramiento y protección del ambiente y promuevan el desarrollo sustentable nacional. **Literal H:** Contribuir en el desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario o extensión universitaria.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA**

#### **2.1 Diseño de la Investigación**

El presente trabajo tiene características de un enfoque cuanti-cualitativo, con un análisis del comportamiento del sector artesanal de la comuna Prosperidad con énfasis a los artesanos en costura en un total de 98, dispersos dentro de la localidad, describiendo la situación actual, mediante un estudio descriptivo, de campo y bibliográfico que permitió identificar factores y aspectos de las variables del objeto de estudio. De este modo, se observó y se realizó el diagnóstico con la elaboración de instrumentos que fue de gran trascendencia para este proceso.

#### **2.2 Modalidad de la investigación**

En este trabajo de titulación la modalidad de investigación consiste en un proyecto factible debido a que se desarrolla un plan de asociatividad enfocado a viabilizar el proceso asociativo con estrategias asociativas con el fin de mejorar la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad, solucionando los múltiples problemas que están implícitas en el objeto de estudio, que a la vez, se presentan como necesidades de los beneficiarios, dicha propuesta tiene la posibilidad de ejecutarse y evaluarse, respaldada con información de otras investigaciones de tipo documental.

#### **2.3 Tipos de investigación**

En el presente trabajo de grado se utilizaron varios tipos de investigación, las cuales se detalla a continuación:

### **2.3.1 Investigación descriptiva**

El trabajo se desarrolló en base a la investigación descriptiva, detallando las características que se percibieron en el objeto de estudio, para lo cual se utilizaron técnicas e instrumentos de recolección de información, la observación participante, las entrevistas de profundidad y encuestas a los involucrados, argumentada en cuestionario con preguntas relevantes para el respectivo diagnóstico que permitió ampliar el conocimiento direccionado a la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

### **2.3.2 Investigación bibliográfica**

El trabajo requirió de fundamentos teóricos para definir e interpretar conceptos y generar un mayor entendimiento de la realidad del objeto de estudio motivo por el cual, se accedió a consultas bibliográficas de áreas diversas con analogía del trabajo de investigación, tales como: de estadísticas, finanzas, mercadotecnia, metodología de la investigación, recursos humanos, administración, asociatividad y otras áreas; para un estudio condensado se revisó informes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), trabajo de titulación de tercer y cuarto nivel y el análisis de la legislación ecuatoriana direccionado al sector productivo artesanal. De esta forma se comparó conceptualizaciones para un correcto y eficaz discernimiento de los elementos teóricos que coadyuvaron en la formulación de criterios en el presente trabajo.

### **2.3.3 Investigación de campo**

Para descubrir los acontecimientos era preciso evidenciar de manera directa con la vinculación personal del investigador con el objeto de estudio, por lo que se aseguró la explicación de causas y efectos para un mayor entendimiento sistemático de las particularidades de los acontecimientos y comportamientos,

mediante la observación, encuestas y entrevistas, las mismas que se efectuó notablemente sin dificultad alguna, cabe recalcar que se incurrió a la indagación previa, es decir, consultas en las fuentes secundarias de investigación para ampliar el conocimiento en función a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad

## **2.4 Métodos de investigación**

### **2.4.1 Método de la observación**

A través de la observación se analizó las características del objeto de estudio, se visionó desde una perspectiva distinta los factores positivos y negativos que inciden en la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad, este método fue de gran relevancia para el planteamiento de la situación actual para aquello se elaboró en árbol de problema..

### **2.4.2 Método deductivo – inductivo**

En el trabajo se empleó el método deductivo - inductivo para el estudio y análisis de características globales del entorno como la participación en el mercado, niveles de competitividad, factores de la competitividad que de alguna forma permitió una mayor asimilación del contexto hasta llegar al aspecto inductivo en donde se observó aspectos individuales las características de los artesanos en costura, recursos disponibles, falencias en procedimientos productivos, entre otros elementos relevantes para formular conclusiones y criterios de carácter general a particular de los distintos aspectos o áreas relevantes.

### **2.4.3 Método de análisis – síntesis**

Estos dos procesos que permite relacionar causa y efecto es primordial para conocer la realidad de la competitividad de los artesanos en costura se recurrió al

método de análisis - síntesis debido a las dimensiones del problema central que es el bajo nivel de competitividad de las actividades de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad y por su amplitud se estudió por partes que inciden y que están presentes, que para aquello era menester descomponer y esclarecer el panorama real de los artesanos en costura. Para luego continuar aumentando el conocimiento interrelacionando los elementos identificados generando explicaciones válidas en función al problema central.

## **2.5 Técnicas de investigación**

Para alcanzar el éxito del presente trabajo de titulación, era preciso contar con la información válida y confiable, por lo que se utilizó las fuentes primarias y secundarias.

**Observación:** Esta técnica consiste en poner atención a través de los sentidos en un aspecto de la realidad y en recoger datos para su posterior análisis e interpretación. Contribuyó para describir los acontecimientos presentes en la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad, con un análisis de causas y efectos mediante un cuaderno de nota en donde se registraba todo lo observado.

### **2.5.1 Entrevistas**

**Entrevista:** Es un encuentro hablado entre dos o más individuos que comporta interacciones tanto verbales como no verbales, es flexible y se adapta a situaciones individuales y puede usarse con frecuencia cuando ningún otro método es posible o adecuado. Se entrevistó a los artesanos en costura verdaderamente interesados, mediante una conversación con ellos se logró comprender la realidad y sus necesidades. Así mismo se entrevistó a los directivos de la comuna, con la finalidad de recabar información y a través de

una guía de pregunta se obtuvo información fidedigna y válida; además con el acercamiento se fue generando una confianza mutua para alcanzar los objetivos del presente trabajo, sus opiniones fueron de gran utilidad que permitió plantear las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

## **2.5.2 Encuestas**

**Encuesta:** Es una guía que permite obtener información referente a las motivaciones, actitudes y las opiniones de los elementos de la muestra. Para el cual, es necesaria la elaboración de un cuestionario de ítems o preguntas para detectar los problemas en el objeto de estudio. Para el proceso de acopio de información era preciso, elaborar una encuesta con ítems con alternativas de respuesta en base a la escala de Likert dirigida a los actores relacionados con el objeto de investigación (artesanos en costura y clientes) para la obtención e inquisición de su situación actual, perspectivas y expectativas.

## **2.6 Instrumento de investigación**

### **2.6.1 Cuestionario**

Según (Albert, 2007) considera que el cuestionario es:

Un objeto de estudio que analiza una o varias variables a medir. Tiene como ventaja la rapidez, la facilidad de aplicación y la posibilidad de ser constatada por muchos sujetos. Los inconvenientes vienen dado por la falta de sinceridad, la adecuación de léxico, la superficialidad y la concordancia de las respuestas en la preguntas abiertas (p. 115).

Para la aplicación de la encuesta se elaboró un cuestionario con las preguntas relacionados al sector artesanal. Este instrumento permitió seleccionar las preguntas ideales que determinen hechos y aspectos importantes para la presente investigación.

### **2.6.2 Instrumento**

Con la finalidad de dar respuesta a los fines planteados en la presente investigación, se diseñó instrumentos que permitieron recolectar información relevante concerniente al campo artesanal de costura de la comuna Prosperidad del cantón Santa Elena, se elaboró un cuestionario con reactivos con modalidad de respuesta en base a la escala de tipo Likert que es una herramienta de medición de actitud donde los participantes indica su opinión con una escala de cinco puntos, la misma que permite que el grado de confiabilidad de respuesta sea eminente a través de afirmaciones o interrogantes de fácil comprensión. La escala aplicada se detalla a continuación:

5. Totalmente de acuerdo
4. De acuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
2. En desacuerdo
1. Muy en desacuerdo

Para la construcción del instrumento se consideró un plan en lo que se detalla los pasos y etapas a seguir para el diseño y elaboración del cuestionario:

**CUADRO N° 12 Etapas para el diseño y elaboración del cuestionario**

| <b>ETAPAS</b>  | <b>PASOS</b>  |
|--|---|
| <b>DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS Y DEL INSTRUMENTO</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión y análisis del problema de investigación.</li> <li>• Definición del propósito del instrumento.</li> <li>• Revisión de bibliografía y trabajos relacionados con la construcción del instrumento.</li> <li>• Consulta a expertos en el diseño del instrumento.</li> <li>• Determinación de la población.</li> <li>• Determinación de los objetivos, contenidos y tipos de ítems del instrumento.</li> </ul> |
| <b>DISEÑO DEL INSTRUMENTO</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción de los ítems.</li> <li>• Estructuración del instrumento.</li> <li>• Redacción del instrumento.</li> </ul>   |
| <b>ENSAYO PILOTO DEL INSTRUMENTO</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sometimiento del instrumento a juicio de expertos.</li> <li>• Revisión del instrumento y nueva redacción de acuerdo a recomendaciones de los expertos.</li> <li>• Aplicación del instrumento a una muestra piloto.</li> <li>• Análisis de los resultados</li> </ul>  |
| <b>ELABORACIÓN DEFINITIVA DEL INSTRUMENTO</b>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresión del instrumento</li> </ul>   |

**Fuente:** Trabajo de investigación del Econ. Carlos Castillo Gallo.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

El contenido de los reactivos está estrechamente vinculado con el objeto de estudio, considerando la operacionalización de las variables; se buscó métodos para que las preguntas adquieran los resultados esperados con fácil entendimiento para los encuestados y un mayor grado de confiabilidad. La aplicación del instrumento con escala de Likert fue de manera individual (clientes y artesanos en costura).

El cuestionario está estructurado en dos secciones: La primera sección comprende la portada, en la que se identifica el tipo de instrumento, el objetivo, la presentación y las instrucciones pertinentes para su aplicación. La segunda sección, comprende el cuestionario con reactivos con analogía a la operacionalización de las variables principalmente en sus dimensiones: mecanismo de cooperación, autonomía gerencial y jurídica, esfuerzo conjunto, objetivo común, ventajas competitivas, mercado, venta, producto y servicio.

## 2.7 Población y muestra

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2010), define la población como:

Es un conjunto de todos los casos que concuerda con una serie de especificaciones. Es preferible establecer con claridad las características de la población, con la finalidad de delimitar cuáles serán los parámetros muestrales (p. 174).

La población en la que está orientado el presente estudio, corresponde a las personas relacionadas, pertenecientes a la comuna Prosperidad del cantón Santa Elena y al entorno a la provincia de Santa Elena. Elementos como: los artesanos en costura del sector, directivos de la comunidad, los clientes y autoridades de entidades públicas de la provincia de Santa Elena.

**CUADRO N° 13 Población**

| <b>ELEMENTOS</b>                  | <b>Ni</b>  |
|-----------------------------------|------------|
| Artesanos en costura              | 98         |
| Directivos comunales              | 5          |
| Autoridades de entidades públicas | 4          |
| Clientes                          | 174        |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>288</b> |

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2010), define la muestra como:

Es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectan datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste debe ser representativo de la población. Digamos que es subgrupo de elementos que pertenecen a ese conjunto definido al que llamamos población (p.174).

### **2.7.1 Métodos de muestreo**

El método de muestreo utilizado en el presente trabajo de titulación se lo escogió en función a la modalidad de la investigación, tipos de investigación y características de la hipótesis establecida anteriormente donde se optó por aplicar el muestreo probabilístico para determinar la muestra de los clientes y el censo para los demás elementos.

#### **2.7.1.1 Muestreo probabilístico**

En el presente trabajo de titulación se realizó considerando el muestreo probabilístico para los clientes.

Según (Idelfonso Grande & Abascal Fernández, 2009), señala al muestreo probabilístico como:

En el muestreo probabilístico se seleccionan las unidades muestrales a través de un proceso de azar, aleatorio. Con características: Las muestras se seleccionan al azar, cada elemento tiene la misma probabilidad de ser elegido, se puede conocer el error y la confianza de las estimaciones, los resultados se puede generalizar, puede evaluar la representatividad de la muestra, es costoso, complicado y demanda de mayor tiempo (p. 257).

Por lo tanto, se utilizó la formula estadística para la determinación del tamaño de la muestra la cual se obtuvo el siguiente resultado.

**Datos**

N = 174  
 e = 0.05  
 n = ?

**Simbología:**

N = Población  
 n = Muestra  
 e = Margen de error

$$n = \frac{174}{0.05 (174 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{174}{0.0025 (173) + 1}$$

$$n = \frac{174}{0.4325 + 1}$$

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{174}{1.4325}$$

$$n = 121.46597$$

$$n = 121$$

**Fracción muestral**

$$\text{F.M.} = \frac{121}{174}$$

$$\text{F.M.} = \frac{n}{N}$$

$$\text{F.M.} = 0.69808$$

$$\text{F.M.} = 0.70$$

**CUADRO N° 14 Muestra**

| <b>ELEMENTOS</b>                  | <b>ni</b>  |
|-----------------------------------|------------|
| Artesanos en costura              | 98         |
| Directivos comunales              | 5          |
| Autoridades de entidades públicas | 4          |
| Clientes                          | 121        |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>228</b> |

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

También se realizó un censo para los tres primeros elementos de la población por poseer un valor pequeño.

**Censo:** Es una estadística descriptiva aplicada a una población total, a través del instrumento de información como la encuesta. Muestra representativa en la cual entran todos los miembros de una población. Investigación que se hace a todos los elementos que integra un subgrupo de la población (artesanos en costura, directivos comunales y autoridades de instituciones públicas).

## **2.8 Procedimiento de la investigación**

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

1. Planteamiento del problema
2. Revisión bibliográfica
3. Definición de la población, selección de la muestra
4. Consecución del sistema de variables
5. Elaboración de instrumentos de recolección de datos e información
6. Ensayo piloto de los instrumentos
7. Estudio de campo
8. Proceso y análisis de datos
9. Conclusiones y recomendaciones
10. Formulación de la propuesta
11. Preparación y redacción del informe final.

## **2.9 Procesamiento y análisis**

En lo que respecta a la tabulación se utilizó el programa SPSS 15.0 para Windows, este programa permitió codificar encuestas y analizar los datos de

manera gráfica para la entrega de resultados del proceso de investigación, esta herramienta nos permitió realizar el cuadro resumen general, tablas estadísticas con distribución de frecuencia absoluta y relativa por cada pregunta, elaboración de gráficos con el diseño de barras para el respectivo análisis e interpretación de resultados.

Los procesos desarrollados para tabular las encuestas fueron los siguientes:

- Ordenamiento de los datos.
- Registrar las variables.
- Cada variable insertar un valor respecto a cada opción de respuesta por ítems.
- Registrar la información de las encuestas.
- Elaborar la gráfica de barra con la variable analizada – cada ítem.
- Guardar los datos de respaldo.
- Copiar el cuadro con su respectiva gráfica.
- Realizar los análisis de cada ítem.
- Establecer las conclusiones y recomendaciones.

La última etapa implica el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, el mismo que fue dividido en tres etapas: La primera contempla la descripción de la pregunta que se realizó al encuestado. La segunda comprendió el análisis de los datos en el cual se elaboró en base a los datos proporcionados en la gráfica y en los cuadros de resultados con datos absolutos y relativos. En la tercera se elaboró la conclusión respectiva por cada ítem donde se destaca el aporte de los aspectos de acuerdo al tema tratado.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **3.1 Análisis e interpretación de resultados**

##### **3.1.1 Entrevista realizadas a los artesanos en costura**

###### **Datos generales:**

De las 25 personas registradas y que son los beneficiarios directo del presente trabajo, determinamos que 5 pertenece al rango de edad de 15 a 20 años, 3 al rango de 21 a 26 años, 5 tiene una edad de fluctúan de 26 a 30 años y 12 artesanos en costura tienen una edad de 31 años en adelante.

Hasta el momento todas son mujeres, pero en una reunión general se estableció que también existen caballeros que ejercen esta labor, por tal motivo para la elaboración del presente trabajo de titulación se plantea el término de artesanos en costura. El nivel académico de los artesanos en costura es: Primaria 10%, Secundaria 90% y superior 0%.

###### **Pregunta 1: ¿Cómo se inició en el oficio de la costura?**

La mayoría iniciaron con la práctica, sus padres desde temprana edad le inculcaron el oficio de costura ya que significaba algo importante para las mujeres, ellas se prepararon e iniciaron sus estudios en academias de corte y confección como Sofía Garaicoa situada en el cantón Santa Elena; confeccionando vestimenta para uso personal y familiares, así inician sus actividades, luego confeccionaban para terceras personas y en la actualidad es un trabajo digno y una fuente generadora de ingresos.

**Pregunta 2: ¿Cuántos años tienen ejerciendo la labor de costura?**

La mayoría tiene de 6 a 10 años ejerciendo esta profesión que corresponde a 9 personas, 5 de 1 a 5 años, 3 de 11 a 15 años, 5 de 16 a 20 años y 3 más de 20 años; la experiencia es una ventaja y de esta manera puedan compartir conocimiento a las nuevas generaciones de cómo desarrollar el arte de la costura, deferir información que permita mejorar la calidad de la prenda confeccionada.

**Pregunta 3: ¿Cuenta usted con un lugar para trabajar en esta actividad?**

El 90% manifestaron que no; mientras que el 10% que sí, debido a que la mayoría trabaja desde la comodidad de su hogar y no disponen de un espacio físico, y lo que respondieron afirmando que si es por lo que su fuente de ingreso es buena (confeccionan para terceras personas).

**Pregunta 4: ¿Qué necesidades y problemas se presentan en la confección de prendas de vestir?**

La mayoría de las personas entrevistadas manifestaron en primera instancia y de acuerdo a las respuestas el orden es la siguiente: la falta de capacitación, falta de maquinarias, falta de recursos económicos, el precio elevado de la tela, expresaron que es necesario mantener actualizado los conocimientos en esta rama porque existe nuevas técnicas, otros estilos de costura, nuevos cortes, además desconocen de cómo fijar el precio de la prenda confeccionada, así mismo, no saben dar mantenimiento a las máquinas, los mencionados anteriormente son aspectos importantes que se requieren para ejercer esta profesión.

**Pregunta 5: ¿Qué productos son los que usted más confecciona?**

Los productos más confeccionados son prendas de vestir para mujeres y de acuerdo a las respuestas el orden es la siguiente: blusas, vestidos, faldas,

pantalones, camisas, ropa deportiva, camisetas, shorts, cortinas, sábanas, ropa para dormir, ropa para niños, bermudas y uniformes.

**Pregunta 6: ¿Qué productos son los que usted menos confecciona?**

La mayoría manifestaron y dando un orden según su ponderación los ternos, pantalones casuales, camisas para caballeros. En el sector existen sastres que confeccionan las prendas antes mencionadas.

**Pregunta 7: ¿Qué hace usted para lograr la satisfacción de sus clientes?**

Los artesanos en costura se preocupan para que sus clientes queden satisfechos por lo que las respuestas fueron según su grado de peso: 16 en buen acabado, 6 en brindar una buena atención, 2 ofrecer un precio cómodo y 1 buen cosido de la prenda confeccionada; éstos son los elementos que consideran actualmente los artesanos en costura para que exista satisfacción en los clientes.

**Pregunta 8: ¿Está usted actualmente capacitándose para perfeccionar su trabajo “Costura”?**

La mayoría no está capacitándose pero tienen muchos años de experiencia practicando la costura, solo el 20% que corresponde a 5 personas están en proceso de aprendizaje son las que tiene un edad de 15 a 20 años. Considera la capacitación como factor primordial para tener las bases teóricas y prácticas.

**Pregunta 9: ¿Qué diferencia hay de sus confecciones con la de los demás?**

La mayoría manifestaron que ofrecen un mejor acabado de la prenda, un buen estilo, confección a las medidas deseadas por el cliente, optan por adquirir telas de calidad y en base de éstas obtienen una diferenciación. Manifestaron que otros artesanos disponen maquinarias modernas, cada artesano en costura tiene modo diferente de coser dependiendo de sus conocimientos y destrezas.

**Pregunta 10: ¿Cuántas personas trabajan con usted en esta actividad?**

La mayoría trabaja con colaboradores de 1 a 3 ayudantes que numéricamente comprenden a 15 personas, 10 artesanas en costura trabajan de forma independiente. Por falta de pedido no se puede admitir ayudantes o aprendices ya que no hay dinero para cancelar sus servicios.

**Pregunta 11: ¿Qué maquinarias usted utiliza en la confección de sus prendas de vestir?**

Las maquinarias más utilizadas están: costura recta, overlock (cinco hilos) semi-industrial, zigzag, plancha. Las máquinas requeridas son la recubridora, bordadora, pretinadora, elasticadora, otras. Cabe recalcar que estas máquinas tienen varios años en uso, por lo que actualmente los artesanos en costura se encuentran ahorrando para adquirir nuevas máquinas de coser.

**Pregunta 12: ¿Cuál es la cantidad de confecciones que produce al mes?**

Con frecuencia en su mayoría produce de forma individual más de 20 prendas, en ciencia cierta, no se puede establecer un número exacto ya que depende del volumen de pedido, hay meses de buena producción, otros meses que solo confeccionan para familiares y amigos. Considerando que parte de su trabajo es realizar reparaciones y arreglos en vestimenta ya que son las personas indicadas para esta labor.

**Pregunta 13: ¿Dónde compra las telas y materiales para las confecciones?**

La mayoría realiza sus compras en el cantón La libertad por su cercanía y otras con referente a telas en la ciudad de Guayaquil visita “La Casa de la Cortina”, “El Dorado” y “Almacén Rosita” con el fin de optimizar costos, y en el cantón La Libertad los más visitados para el abastecimiento de telas: Cañonazo I y II,

Comercial El Regalo, Casa deportiva Elite y JV; por los insumos: Bazar Lupita, Botones y Algo Más.

**Pregunta 14: ¿Quiénes requieren o solicitan sus confecciones?**

La mayoría de los clientes son los propios habitantes de la comuna Prosperidad, luego sigue los clubes deportivos, instituciones educativas y comerciantes, todos situados en el mismo sector. No tiene establecido su mercado, mantiene esta modalidad de comercialización bajo pedido.

**Pregunta 15: ¿En qué meses se incrementa la venta de sus costuras?**

Señalaron los meses de marzo la producción aumenta por que los estudiantes inician sus estudios, en agosto, septiembre y octubre por eventos cívicos y culturales dentro de la localidad y en diciembre por navidad y fin de año que las personas prefieren confeccionar sus vestimenta para recibir el nuevo año. Cabe mencionar que los vestidos de quinceañeras y de novias también se confeccionan y se da cuando se realiza estos tipos de eventos sociales y otros como veladas en las escuelas y festividades de la comuna.

**Pregunta 16: ¿Cuáles son sus expectativas de trabajo?**

Las expectativas de las entrevistadas radican en mejorar la calidad de las confecciones, tener un trabajo estable, en un futuro tener su capital propio para crear su negocio o taller. Con esta mentalidad de progreso los artesanos en costura realizan su labor con amor y dedicación.

**Pregunta 17: ¿Porque razones quiere asociarse?**

Las razones más relevantes fueron: obtener mayor ingreso económico, aumentar la producción, tener un trabajo estable, realizar proyectos de forma colectiva,

adquirir nuevos conocimientos referentes a corte y confección (capacitaciones y transferencia de saberes), obtener financiamiento, generar empleo y por último promocionar las prendas elaboradas.

### **3.1.2 Entrevista realizadas a directivos de la comuna Prosperidad**

#### **Pregunta 1: ¿Piensa usted que la comuna Prosperidad se caracteriza por la actividad artesanal?**

Los entrevistados argumentaron que efectivamente, la comuna Prosperidad se caracteriza por su actividad artesanal, los habitantes de la zona se han preparado para ejercer su profesión, que sin duda se destaca por la rama artesanal, la mayoría de los moradores se dedican a la ebanistería donde se pueden visionar en las instalaciones de su vivienda tiene su propio taller cuentan con maquinarias necesarias para la producción de camas, juego de comedor, juego de sala, cómodas, entre otras, los artesanos se preocupan en cumplir a cabalidad con las exigencias y requerimientos de sus clientes; otro sector reconocido en el sector es el campo de costura, la mayoría de las féminas se instruyen desde temprana edad en el arte de corte y confección, desempeña domésticamente su labor desde su hogar incluso confeccionan para personas ajenas a la comuna, frecuentemente los mismos moradores de la comuna optan por adquirir los servicios de las personas que se dedican a este arte.

#### **Pregunta 2: ¿Considera usted que existe la disponibilidad por parte de los artesanos en costura para trabajar conjuntamente para el logro de objetivos comunes?**

En cuanto si existe disponibilidad en los artesanos en costura para trabajar de forma conjunta que permita alcanzar objetivos comunes definitivamente sí esa fue la respuesta de todos los entrevistados, es notable que los artesanos en costura muestren interés para trabajar con las demás que ejercen esta misma profesión, ya

que es preferible porque el trabajo en equipo da un buen resultado y los beneficios son muy buenos. Además que es una forma diferente de trabajo y que permite ahorrar dinero.

**Pregunta 3: ¿Para lograr los objetivos institucionales es necesario contar con buenas ideas y actividades planificadas (estrategias)?**

Todos los entrevistados respondieron en la escala de Totalmente de acuerdo, argumentaron que no se puede lograr ningún objetivo sin una planificación previa, sin la fijación de actividades o acciones que permita alcanzar lo que se desea como objetivo institucional, es importante buscar primeramente los medios que se necesiten, la forma o el camino de cómo lograr aquello que es indispensable para el desarrollo de la institución. Eso se determina en las reuniones de trabajo, cada miembro interviene y es libre de expresar sus opiniones, que en definitiva, se transforma en posibles alternativas, sus aportes son considerados y valorados para el desarrollo de estrategias para alcanzar los objetivos trazados.

**Pregunta 4: ¿La planificación, comunicación y motivación son elementos importantes para el éxito del trabajo en equipo?**

Las respuesta fueron afirmativas, los entrevistaron manifestaron que toda actividad requiere de una planificación, comunicación y motivación; se planifica sobre todo el tiempo, por ejemplo, cuantos días voy a tardar en realizar tal actividad, cuánto dinero se necesita; la planificación se plasma en los proyectos, es allí donde se establece las bases y se define qué mismo se quiere alcanzar en los objetivos generales y específicos, así mismo, se estiman las causas y consecuencias; mencionaron también que es aconsejable que exista una comunicación interna adecuada que permita el manejo seguro de la información para evitar futuros inconvenientes entre los asociados; debe estar presente a motivación para inspirar y hacer acciones o actividades que garantice un entorno laboral favorable.

**Pregunta 5: ¿El trabajo en equipo es una forma para el cumplimiento de objetivos institucionales?**

Las respuestas de los entrevistados todas fueron positiva situándose en la escala de acuerdo y en totalmente de acuerdo, argumentaron que el trabajo en equipo es una vía para cumplir los objetivos institucionales, cuando se trabaja en equipo los resultados son diferentes, es decir, los resultados son mejores; para lograr un objetivo en sí, es necesario que todos pongan su granito de arena, su aporte es fundamental no se puede conseguir algo si alguien no ayuda y una forma que colaboren es que trabajen de forma conjunta en equipo, cada asociado debe enfocarse en el objetivo y tener buena expectativa de la misma.

**Pregunta 6: ¿Cree usted que la cooperación entre personas (artesanos en costura) es necesario para el progreso de la comunidad?**

Las expresiones de los entrevistados radican que la cooperación entre artesanos en costura es beneficiosa indudablemente para ellos mismos y desde luego, para la comunidad en general, dando una imagen a nivel local de unidad; la unión hace la fuerza, y sobre todo que generaría una fuente de empleo con ingreso estable que le sirva de sustento y de esta forma mejorar su nivel de vida. Por lo consiguiente, ocasionaría un ahorro en la compra de materiales, ya que, a un mayor volumen de compras obtendrían descuentos en los locales donde ellos adquieren sus telas y demás cosas indispensables para la confección de ropa. Sería antes de cambio y protagonista del desarrollo de la comuna.

**Pregunta 7: ¿Está de acuerdo que para la formulación de objetivos y estrategias de trabajo es necesario la participación grupal?**

Todos los encuestados acertaron en la escala de totalmente de acuerdo, afirmando que es importante las opiniones e ideas de los demás miembros de la institución, la participación grupal generalmente se provee en las reuniones grupales, ahí es el

mejor momento para buscar y fijar estrategias y objetivos, muchas veces se crean buenas soluciones con la participación de todos, incluso se generan alternativas o nuevas estrategias para llevar a cabo un proyecto que sea fructífero para la institución.

**Pregunta 8: ¿Cuáles de las siguientes características piensa usted que se fijan las personas al momento de comprar ropa?**

- a) Precio
- b) Diseño
- c) Calidad de la tela
- d) Valor agregado al producto y servicio
- e) Color de la prenda

Los elementos o características más sobresalientes y de acuerdo a las respuestas de los entrevistados el orden es el siguiente: precio, diseño, calidad de la tela, valor agregado y por último el color de la prenda de vestir, señalan que las personas no adquieren ropa si no es a un precio accesible, con diseño bonito e innovador, y sobre todo la contextura de la tela sea buena, que de acuerdo a sus gustos y preferencias el color juega un papel relevante a la hora de comprar ropa.

**Pregunta 9: ¿Cree usted que una manera de captar nuevos clientes para los artesanos en costura es que ellos brinde un servicio de calidad?**

Todos los entrevistados respondieron positivamente explicando textualmente que la calidad en el servicio es una de las maneras que los artesanos en costura pueden ejercer si pretenden captar clientes, a pesar que existen otros mecanismos, pero el cliente percibe de cierta forma la manera de cómo es atendido, si el vendedor se preocupan por satisfacer sus necesidades, si el servicio recibido es excelente, si aprecia todo esto de seguro que el cliente vuelve a visitar y sobre todo adquiere el producto o servicio hasta el punto que puede convertirse en cliente fijo.

**Pregunta 10: ¿De las siguientes alternativas seleccionen las opciones que usted piensa que son importantes para los artesanos en costura de la comuna Prosperidad?**

- a) Materia prima de calidad
- b) Buenos proveedores
- c) Clientes nuevos
- d) Clientes fijos
- e) Conocimiento de los hábitos de compra de sus clientes
- f) Conocimiento de las tendencias comerciales de sus clientes referentes a vestimenta

Las opciones a, b, c, d y e fueron las más aceptadas por los entrevistados, los artesanos en costura necesitan trabajar con estos factores: materia prima de calidad, buenos proveedores, clientes nuevos, tener conocimientos de los hábitos de compras de sus clientes orientado a vestimenta para que puedan tener un mayor participación en el mercado local y peninsular.

**Pregunta 11: ¿Qué elementos considera usted fundamentales para que los artesanos en costura mejoren su competitividad?**

- a) Variedad en productos y servicios
- b) Servicios de post venta
- c) Calidad de materia prima
- d) Valor agregado en el producto y servicio
- e) Convenios con proveedores
- f) Disponibilidad de recursos (tecnológicos, humanos y financiero).

Las opciones a, c, d y f fueron la más aceptadas por los entrevistados, mencionando que los artesanos en costura deben de ofrecer al público una variedad de alternativas (productos y servicios), trabajar con materia prima de calidad, brindar un valor agregado al producto y servicio, y lo más importante es contar con la disponibilidad de recursos tecnológicos, humanos y financiero.

### 3.1.3 Encuesta a los artesanos en costura

#### Datos generales:

##### I. Condición del informante: Género

**TABLA N° 1 Género**

| Género    | Estadísticos |            |         |             |
|-----------|--------------|------------|---------|-------------|
|           | Frecuencia   | Porcentaje | %válido | % acumulado |
| Masculino | 3            | 3.1        | 3.1     | 3.1         |
| Femenino  | 95           | 96.9       | 96.9    | 100.0       |
| Total     | 98           | 100.0      | 100.0   |             |

Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 5 Género**



Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados obtenidos concernientes al tipo de género de los artesanos en costura de un total de 98 personas domiciliadas en la comuna Prosperidad, indican que la mayoría de ellos son mujeres.

## Edad

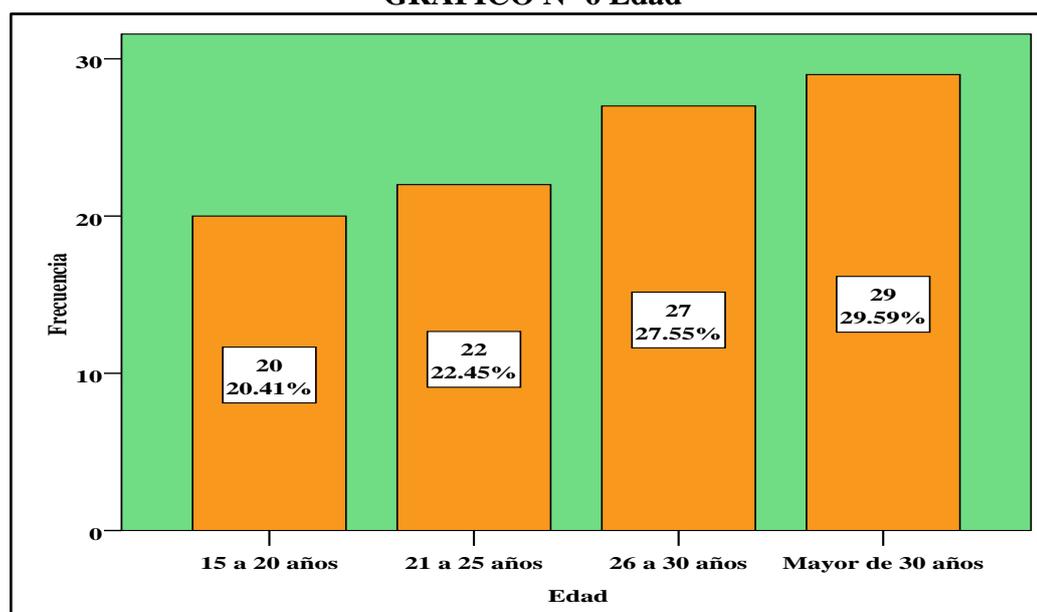
**TABLA N° 2 Edad**

| Edad             | Estadísticos |            |          |             |
|------------------|--------------|------------|----------|-------------|
|                  | Frecuencia   | Porcentaje | % válido | % acumulado |
| 15 a 20 años     | 20           | 20.4       | 20.4     | 20.4        |
| 21 a 25 años     | 22           | 22.4       | 22.4     | 42.9        |
| 26 a 30 años     | 27           | 27.6       | 27.6     | 70.4        |
| Mayor de 30 años | 29           | 29.6       | 29.6     | 100.0       |
| Total            | 98           | 100.0      | 100.0    |             |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 6 Edad**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Respecto a los rangos de edades de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad, existen valores considerables en cada categoría pero la escala de mayor magnitud es la que supera los 30 años de edad. Cabe mencionar que ninguna persona encuestada es menor de edad por tal razón y de acuerdo a la estratificación están dentro de 15 a 20 años.

**Información específica:**

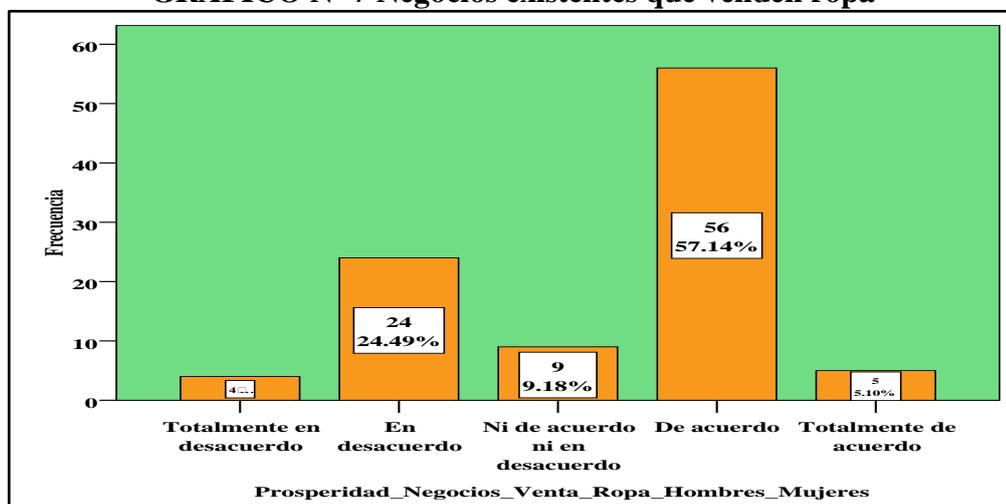
**PREGUNTA N° 1** ¿En la comuna Prosperidad existen negocios que venden prendas de vestir para hombres y mujeres?

**TABLA N° 3 Negocios existentes que venden ropa**

| Prosperidad Negocios<br>Venta Ropa Hombres y<br>Mujeres | Estadísticos |       |             |                |
|---|--------------|-------|-------------|----------------|
|   | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Totalmente en desacuerdo                                | 4            | 4.1   | 4.1         | 4.1            |
| En desacuerdo   | 24           | 24.5  | 24.5        | 28.6           |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                       | 9            | 9.2   | 9.2         | 37.8           |
| De acuerdo  | 56           | 57.1  | 57.1        | 94.9           |
| Totalmente de acuerdo                                   | 5            | 5.1   | 5.1         | 100.0          |
| Total   | 98           | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.  
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 7 Negocios existentes que venden ropa**



Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.  
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados son evidentes de la pregunta planteada más de la mitad de los encuestados contestaron en la escala de acuerdo, pero en la escala de respuesta en desacuerdo existe un peso considerable, debido que en la localidad hay pocos negocios “bazares” que expenden prendas de vestir para hombres y mujeres.

**PREGUNTA N° 2:** ¿Los conocimientos de costura los adquirió en academias de cortes y confección?

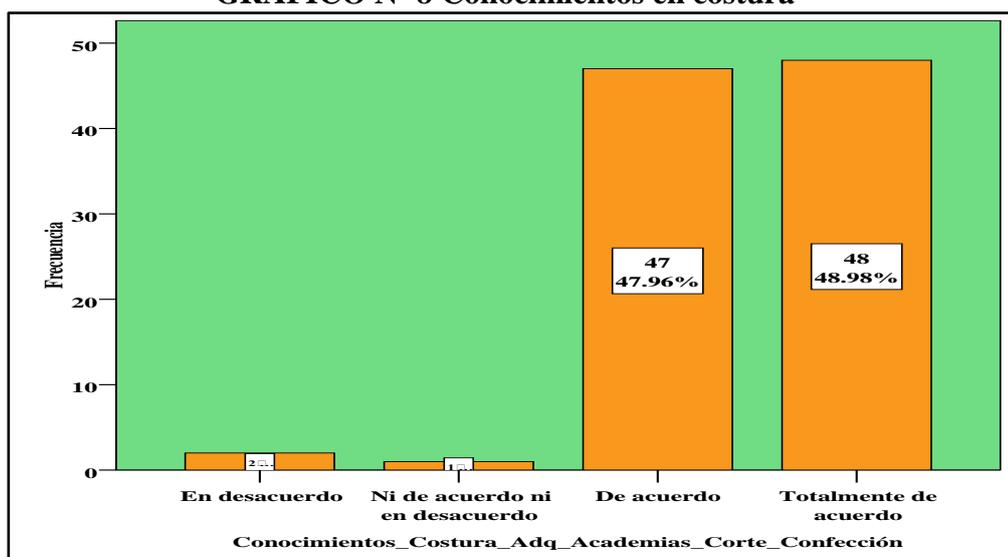
**TABLA N° 4 Conocimientos en costura**

| Conocimientos Costura<br>Adquirió Academias Corte y<br>Confección | Estadísticos |       |             |                |
|---|--------------|-------|-------------|----------------|
|   | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| En desacuerdo   | 2            | 2.0   | 2.0         | 2.0            |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                                 | 1            | 1.0   | 1.0         | 3.1            |
| De acuerdo  | 47           | 48.0  | 48.0        | 51.0           |
| Totalmente de acuerdo   | 48           | 49.0  | 49.0        | 100.0          |
| Total   | 98           | 100.0 | 100.0       |                |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 8 Conocimientos en costura**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Los artesanos en costura en su mayoría respondieron en la escala de totalmente de acuerdo y en de acuerdo. Por lo general, ellos aprendieron el arte de costura en academias de corte y confección, la cual fue perfeccionado con la práctica.

**PREGUNTA N° 3** ¿Es necesario de un lugar o taller para trabajar en esta rama (costura)?

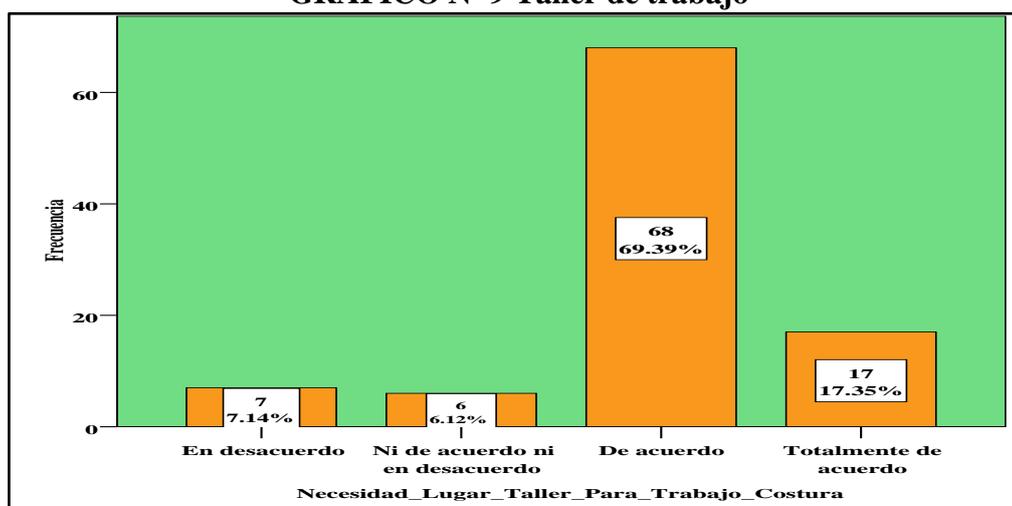
**TABLA N° 5 Taller de trabajo**

| Necesidad Lugar Taller Para Trabajo Costura | Estadísticos |       |          |             |
|---|--------------|-------|----------|-------------|
|   | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| En desacuerdo                               | 7            | 7.1   | 7.1      | 7.1         |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo              | 6            | 6.1   | 6.1      | 13.3        |
| De acuerdo                                  | 68           | 69.4  | 69.4     | 82.7        |
| Totalmente de acuerdo                       | 17           | 17.3  | 17.3     | 100.0       |
| Total                                       | 98           | 100.0 | 100.0    |             |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 9 Taller de trabajo**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Los resultados en esta interrogante indican que la mayoría de los encuestados respondieron satisfactoriamente en la escala de acuerdo y en la de totalmente de acuerdo. Es importante mencionar que es necesario un espacio físico para la confección de prendas de vestir.

**PREGUNTA N° 4:** ¿La falta de maquinarias es una limitante en esta rama artesanal?

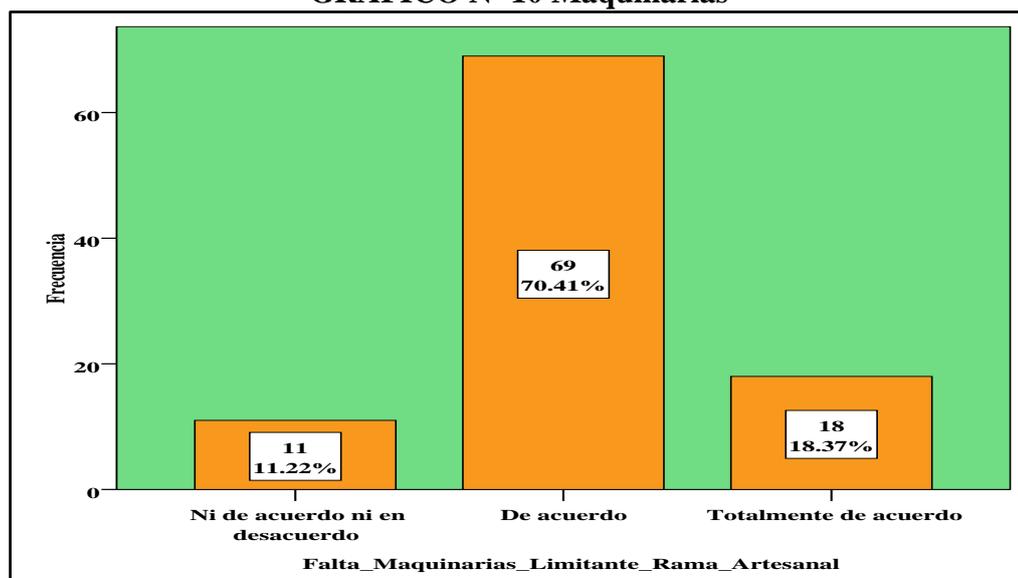
**TABLA N° 6 Maquinarias**

| Falta Maquinaria Limitante<br>Rama Artesanal | Estadísticos |       |             |                |
|--|--------------|-------|-------------|----------------|
|  | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo            | 11           | 11.2  | 11.2        | 11.2           |
| De acuerdo                                   | 69           | 70.4  | 70.4        | 81.6           |
| Totalmente de acuerdo                        | 18           | 18.4  | 18.4        | 100.0          |
| Total  | 98           | 100.0 | 100.0       |                |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 10 Maquinarias**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Los artesanos en costura respondieron lo siguiente, en su mayoría en la escala de acuerdo y en la de totalmente de acuerdo. En conclusión, los encuestados argumentan que la falta de máquinas modernas es una limitante en la rama artesanal

**PREGUNTA N° 5:** ¿En el mercado peninsular el costo de la materia prima (telas e insumos) es barato?

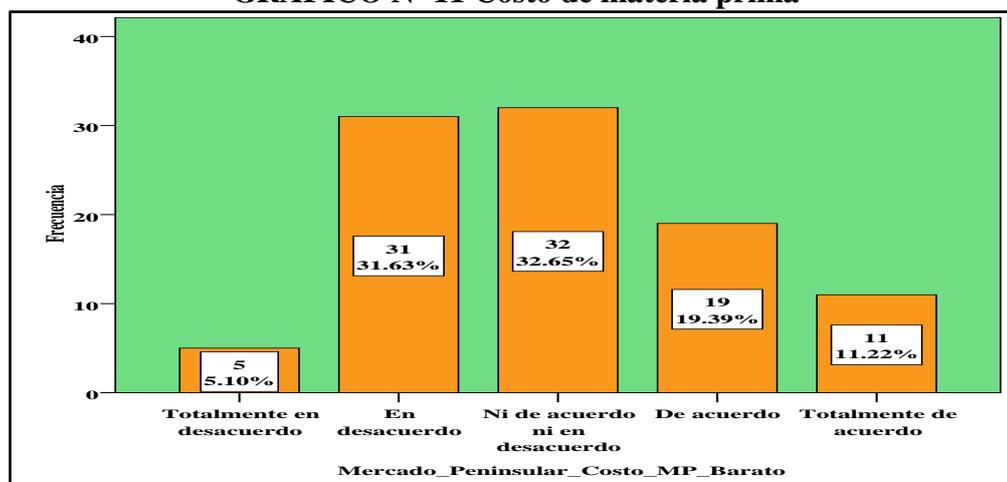
**TABLA N° 7 Costo de materia prima**

| Mercado Peninsular Costo MP Barato | Estadísticos |       |          |             |
|------------------------------------|--------------|-------|----------|-------------|
|                                    | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| Totalmente en desacuerdo           | 5            | 5.1   | 5.1      | 5.1         |
| En desacuerdo                      | 31           | 31.6  | 31.6     | 36.7        |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo     | 32           | 32.7  | 32.7     | 69.4        |
| De acuerdo                         | 19           | 19.4  | 19.4     | 88.8        |
| Totalmente de acuerdo              | 11           | 11.2  | 11.2     | 100.0       |
| Total                              | 98           | 100.0 | 100.0    |             |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 11 Costo de materia prima**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

En lo referente al costo de la materia prima (telas e insumos) en la provincia de Santa Elena se planteó que éstos se expenden a precios módicos. Los encuestados respondieron que no es cierto, la mayor parte se sitúan en la escala ni de acuerdo ni y en desacuerdo. Por lo consiguiente, se determina que el precio de la materia prima e insumos son altos.

**PREGUNTA N° 6** ¿Considera importante trasladarse a otro lugar para comprar telas y materiales para ejercer su profesión?

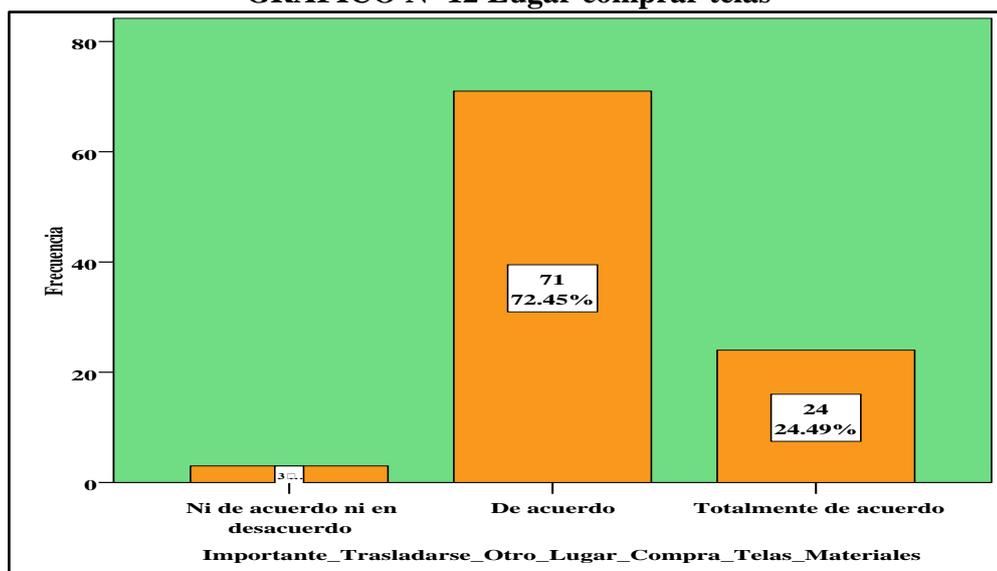
**TABLA N° 8 Lugar comprar telas**

| Importante Traslادarse<br>Otro Lugar Compra Telas y<br>Materiales | Estadísticos |       |             |                |
|---|--------------|-------|-------------|----------------|
|   | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                                 | 3            | 3.1   | 3.1         | 3.1            |
| De acuerdo  | 71           | 72.4  | 72.4        | 75.5           |
| Totalmente de acuerdo   | 24           | 24.5  | 24.5        | 100.0          |
| Total   | 98           | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 12 Lugar comprar telas**



Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados en esta interrogante detallan que en su mayoría respondieron satisfactoriamente en la escala de acuerdo. En definitiva, los artesanos en costura optan por trasladarse a otro lugar para adquirir dichos productos para optimizar costos.

**PREGUNTA N° 7** ¿La capacitación constante es esencial en la rama de corte y confección?

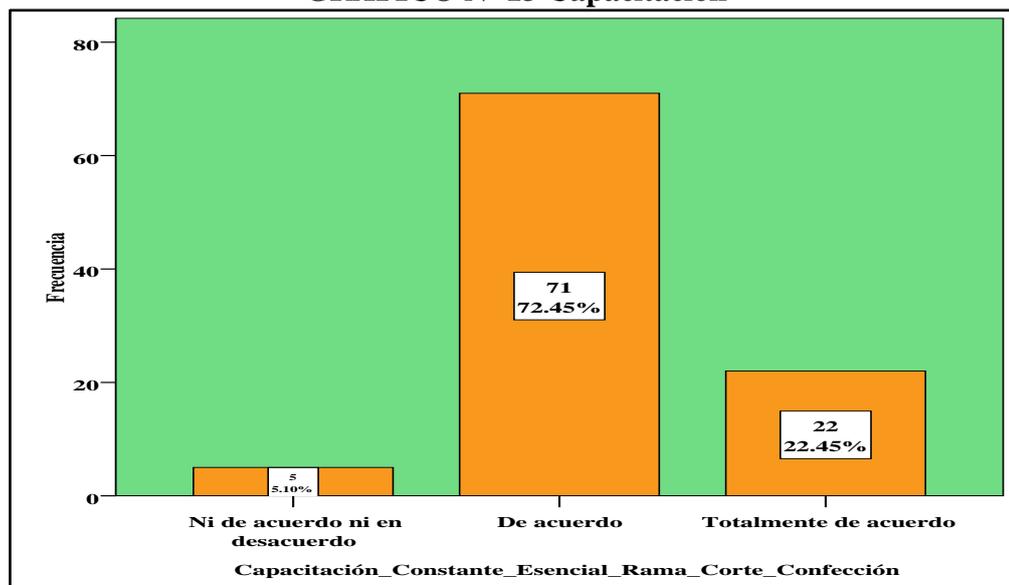
**TABLA N° 9 Capacitación**

| Capacitación Constante<br>Esencial Rama Corte y<br>Confección | Estadísticos |       |             |                |
|---|--------------|-------|-------------|----------------|
|   | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                             | 5            | 5.1   | 5.1         | 5.1            |
| De acuerdo  | 71           | 72.4  | 72.4        | 77.6           |
| Totalmente de acuerdo   | 22           | 22.4  | 22.4        | 100.0          |
| Total   | 98           | 100.0 | 100.0       |                |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 13 Capacitación**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Haciendo referencia al grado de importancia de la capacitación constante en la rama de corte y confección, los encuestados en su mayoría respondieron positivamente, considerando este factor como primordial para crear valor diferencial en este arte de costura.

**PREGUNTA N° 8** ¿Los clientes al momento de comprar se fijan en la calidad del producto?

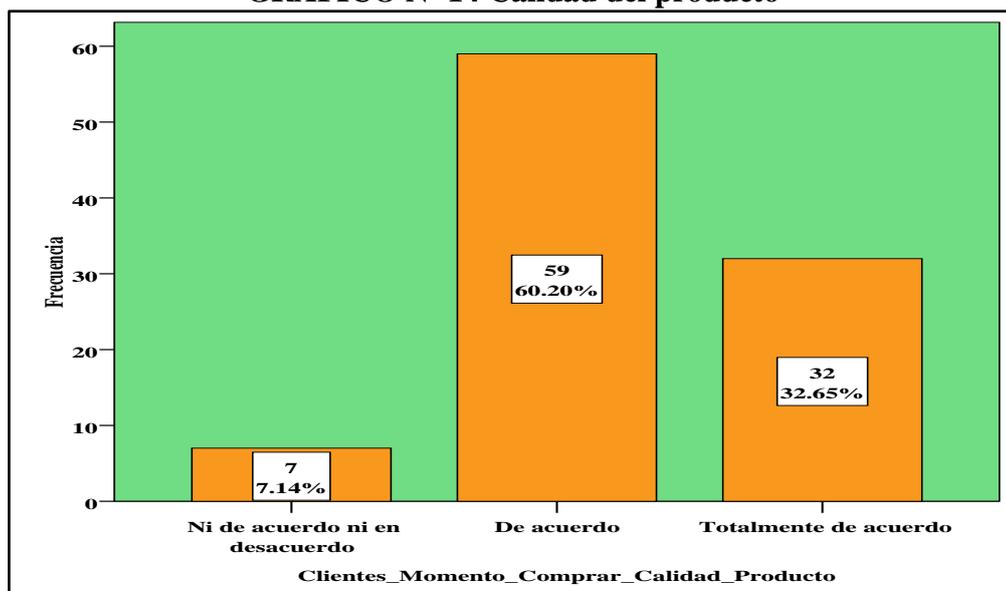
**TABLA N° 10 Calidad del producto**

| Clientes Momento Comprar<br>Calidad Producto | Estadísticos |       |             |                |
|--|--------------|-------|-------------|----------------|
|  | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo            | 7            | 7.1   | 7.1         | 7.1            |
| De acuerdo                                   | 59           | 60.2  | 60.2        | 67.3           |
| Totalmente de acuerdo                        | 32           | 32.7  | 32.7        | 100.0          |
| Total  | 98           | 100.0 | 100.0       |                |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 14 Calidad del producto**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Es necesario establecer la percepción de los artesanos en costura hacia sus clientes evaluando la calidad de las prendas de vestir que ofrecen, la mayoría de los encuestados respondieron satisfactoriamente, este es un elemento decisivo y de gran importancia para que el cliente decida adquirir un producto o servicio.

**PREGUNTA N° 9** ¿La cooperación entre artesanos en costura es aconsejable para mejorar la producción?

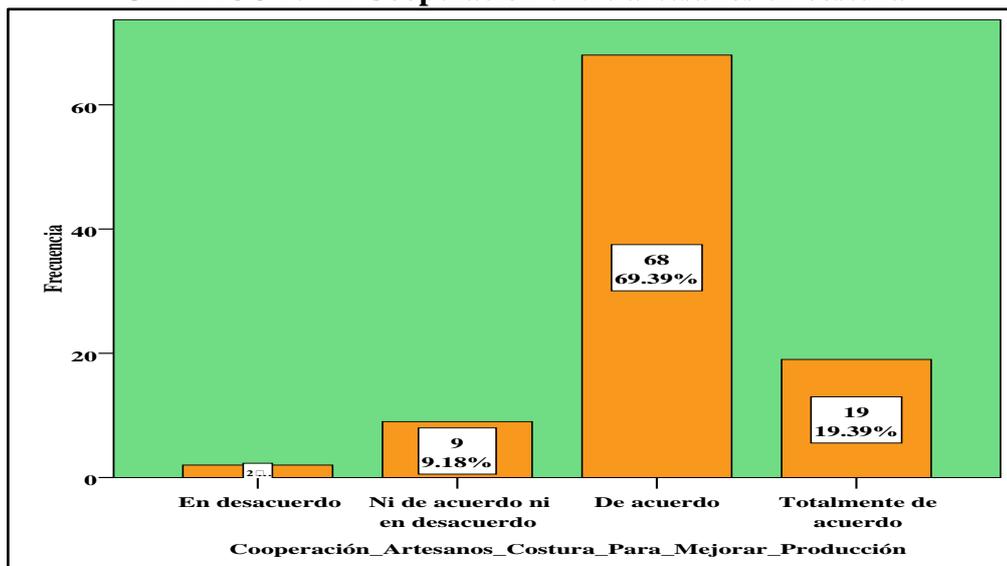
**TABLA N° 11 Cooperación entre artesanos en costura**

| Cooperación Artesanos Costura Para Mejorar Producción | Estadísticos |       |          |             |
|---|--------------|-------|----------|-------------|
|   | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| En desacuerdo   | 2            | 2.0   | 2.0      | 2.0         |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                        | 9            | 9.2   | 9.2      | 11.2        |
| De acuerdo  | 68           | 69.4  | 69.4     | 80.6        |
| Totalmente de acuerdo                                 | 19           | 19.4  | 19.4     | 100.0       |
| Total   | 98           | 100.0 | 100.0    |             |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 15 Cooperación entre artesanos en costura**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Referente a esta interrogante, observamos que la propensión ascendente se centra en la escala de respuesta de acuerdo, lo que indica que más de la mitad del total de los encuestados coinciden que la cooperación entre ellos es la vía para mejorar la producción de prendas de vestir.

**PREGUNTA N° 10** ¿Cree usted que una forma de progreso en la comercialización de sus productos es la participación grupal con otros artesanos en costura?

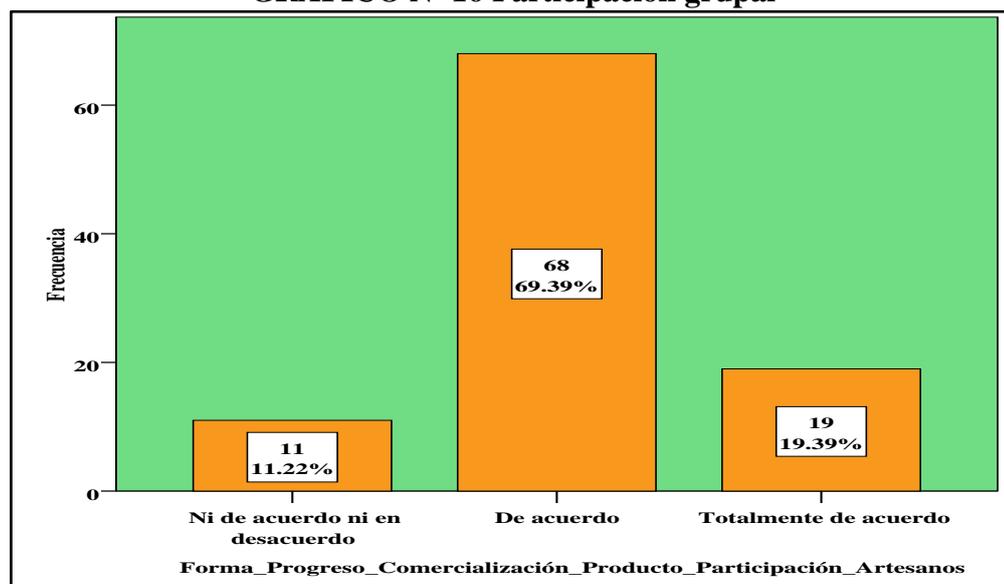
**TABLA N° 12 Participación grupal**

| Forma Progreso Comercialización Producto Participación Artesanos | Estadísticos |       |          |             |
|--|--------------|-------|----------|-------------|
|  | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                                   | 11           | 11.2  | 11.2     | 11.2        |
| De acuerdo   | 68           | 69.4  | 69.4     | 80.6        |
| Totalmente de acuerdo  | 19           | 19.4  | 19.4     | 100.0       |
| Total  | 98           | 100.0 | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 16 Participación grupal**



Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados a esta interrogante demuestran que la mayoría respondieron satisfactoriamente, los mismos que están consecuentes en la aseveración de que la participación grupal es una alternativa de progreso en sus niveles de ventas.

**PREGUNTA N° 11** ¿Piensa usted que para el abastecimiento de materia prima es necesario que las/os artesanas/os en costura se agrupen?

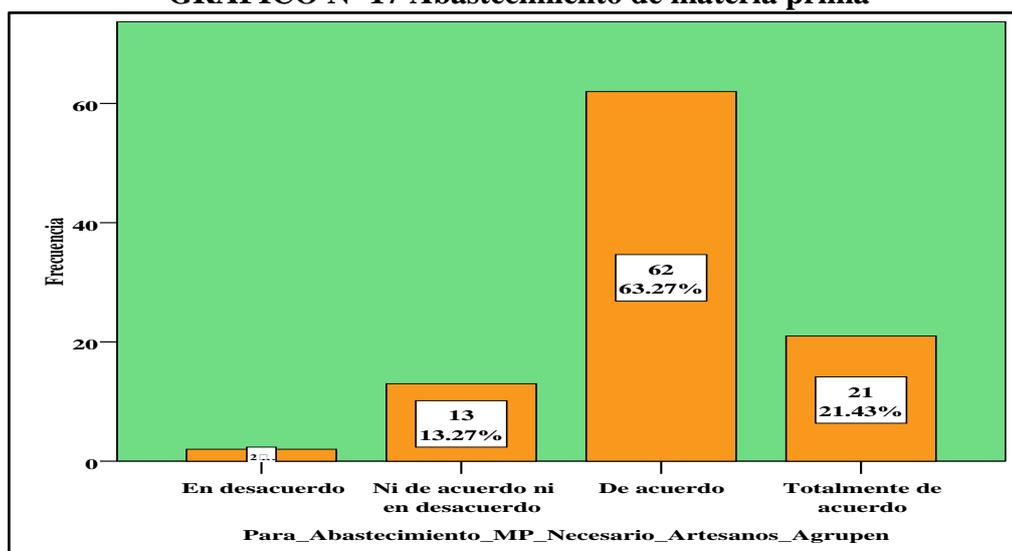
**TABLA N° 13 Abastecimiento de materia prima**

| Para Abastecimiento MP Necesario Artesanos Agrupen | Estadísticos |       |          |             |
|--|--------------|-------|----------|-------------|
|  | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| En desacuerdo                                      | 2            | 2.0   | 2.0      | 2.0         |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                     | 13           | 13.3  | 13.3     | 15.3        |
| De acuerdo   | 62           | 63.3  | 63.3     | 78.6        |
| Totalmente de acuerdo                              | 21           | 21.4  | 21.4     | 100.0       |
| Total  | 98           | 100.0 | 100.0    |             |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 17 Abastecimiento de materia prima**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Con lo que respecta a esta interrogante, los resultados muestran que la mayor parte de los encuestados respondieron favorablemente, los mismos que respaldan al contexto del reactivo.

**PREGUNTA N° 12** ¿Cree usted que el trabajo en equipo permite solucionar problemas y a alcanzar objetivos comunes?

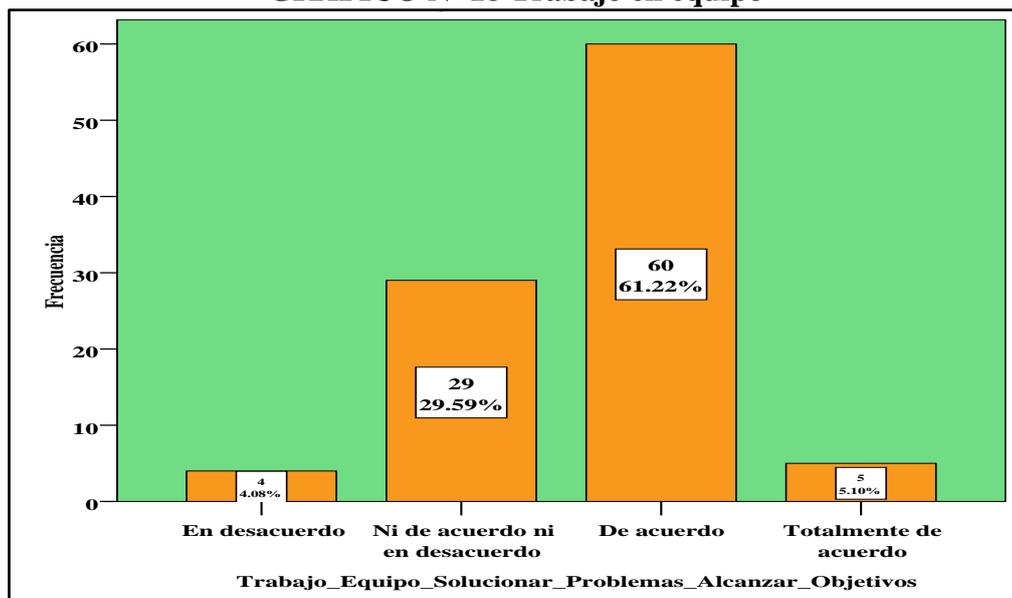
**TABLA N° 14 Trabajo en equipo**

| Trabajo Equipo Solucionar Problemas Alcanzar Objetivos | Estadísticos |       |          |             |
|--|--------------|-------|----------|-------------|
|  | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| En desacuerdo  | 4            | 4.1   | 4.1      | 4.1         |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                         | 29           | 29.6  | 29.6     | 33.7        |
| De acuerdo   | 60           | 61.2  | 61.2     | 94.9        |
| Totalmente de acuerdo                                  | 5            | 5.1   | 5.1      | 100.0       |
| Total  | 98           | 100.0 | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 18 Trabajo en equipo**



Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados en esta interrogante, confirman que la mayoría de los encuestados respondieron satisfactoriamente, lo que se determina que el trabajo en equipo es el mecanismo para la solución de problemas y alcanzar los que ellos esperan.

**PREGUNTA N° 13** ¿El valor adicional al producto y servicio es necesario para adquirir nuevos clientes?

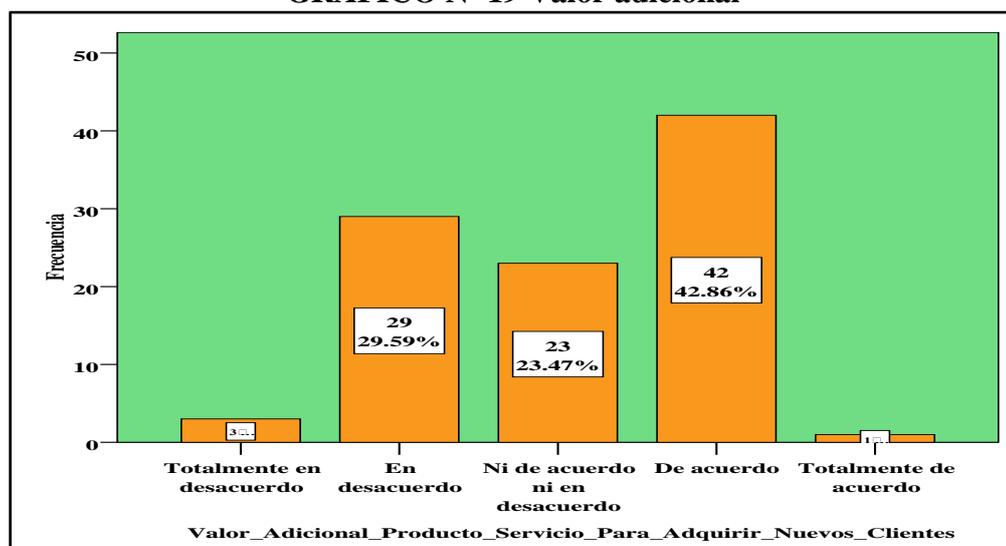
**TABLA N° 15 Valor adicional**

| Valor Adicional Producto Servicio Para Adquirir Nuevos Clientes | Estadísticos |       |          |             |
|---|--------------|-------|----------|-------------|
|   | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| Totalmente en desacuerdo  | 3            | 3.1   | 3.1      | 3.1         |
| En desacuerdo   | 29           | 29.6  | 29.6     | 32.7        |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                                  | 23           | 23.5  | 23.5     | 56.1        |
| De acuerdo  | 42           | 42.9  | 42.9     | 99.0        |
| Totalmente de acuerdo   | 1            | 1.0   | 1.0      | 100.0       |
| Total   | 98           | 100.0 | 100.0    |             |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 19 Valor adicional**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Concerniente a las deducciones a esta pregunta, la escala de acuerdo es la que mayor ponderación alcanzó. Sin duda alguna, para captar nuevos clientes es menester implantar estrategias que generen valor adicional al producto y servicio.

**PREGUNTA N° 14** ¿Considera que trabajar con otros/as artesanos/as en costura mejoraría la capacidad de negociación de sus productos?

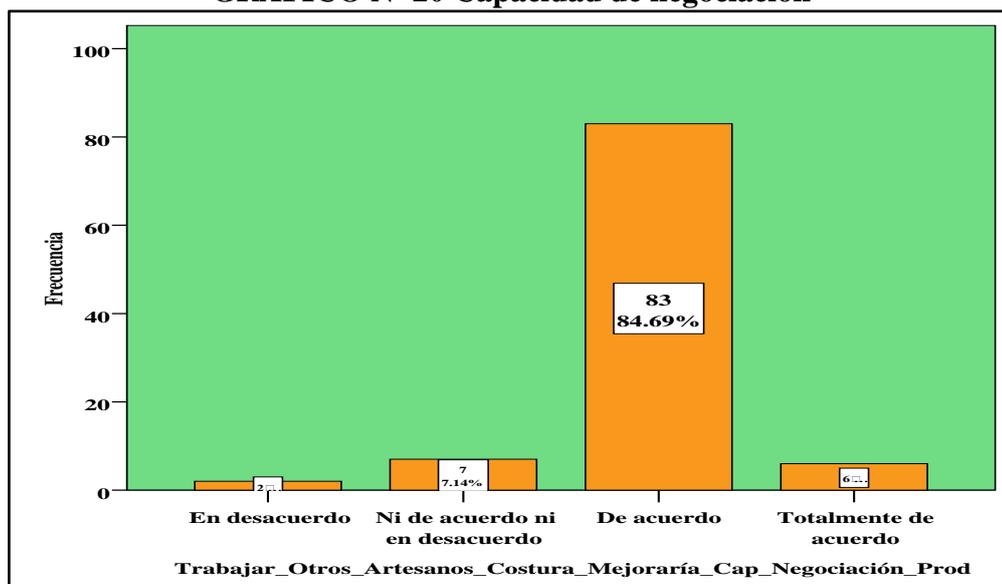
**TABLA N° 16 Capacidad de negociación**

| Trabajar Otros Artesanos Costura Mejoraría Cap. Negociación Producto | Estadísticos |       |          |             |
|--|--------------|-------|----------|-------------|
|  | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| En desacuerdo  | 2            | 2.0   | 2.0      | 2.0         |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                                       | 7            | 7.1   | 7.1      | 9.2         |
| De acuerdo   | 83           | 84.7  | 84.7     | 93.9        |
| Totalmente de acuerdo  | 6            | 6.1   | 6.1      | 100.0       |
| Total  | 98           | 100.0 | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 20 Capacidad de negociación**



Fuente: Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados a esta interrogante indican que una mayor parte de los encuestados están de acuerdo. En definitiva, si se desea mejorar la capacidad de negociación del producto, es preciso el trabajo cooperativo entre artesanos en costura.

**PREGUNTA N° 15** ¿Usted ha sentido la necesidad de asociarse para mejorar sus niveles de producción y de ventas?

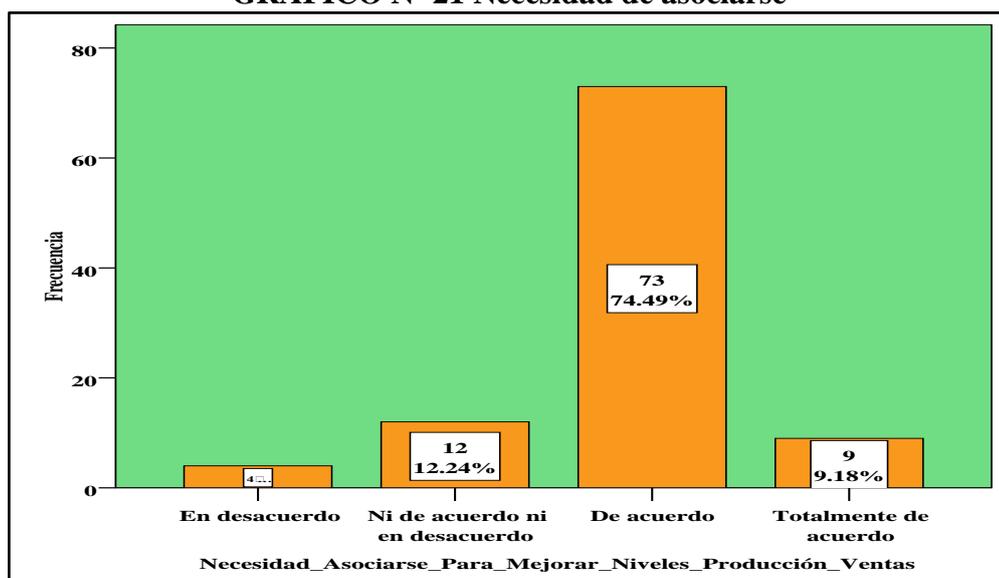
**TABLA N° 17 Necesidad de asociarse**

| Necesidad Asociarse Para Mejorar Niveles Producción Ventas | Estadísticos |       |          |             |
|--|--------------|-------|----------|-------------|
|  | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| En desacuerdo  | 4            | 4.1   | 4.1      | 4.1         |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                             | 12           | 12.2  | 12.2     | 16.3        |
| De acuerdo   | 73           | 74.5  | 74.5     | 90.8        |
| Totalmente de acuerdo                                      | 9            | 9.2   | 9.2      | 100.0       |
| Total  | 98           | 100.0 | 100.0    |             |

**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 21 Necesidad de asociarse**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

La mayoría de los encuestados respondieron en la opción de acuerdo, lo que se establece que ellos si han sentido la necesidad de asociarse y están conscientes que es una alternativa que permite mejorar la capacidad producción y los niveles de ventas de sus confecciones.

### 3.1.4 Encuestas realizadas a clientes

#### Datos generales:

##### I. Condición del informante: Género

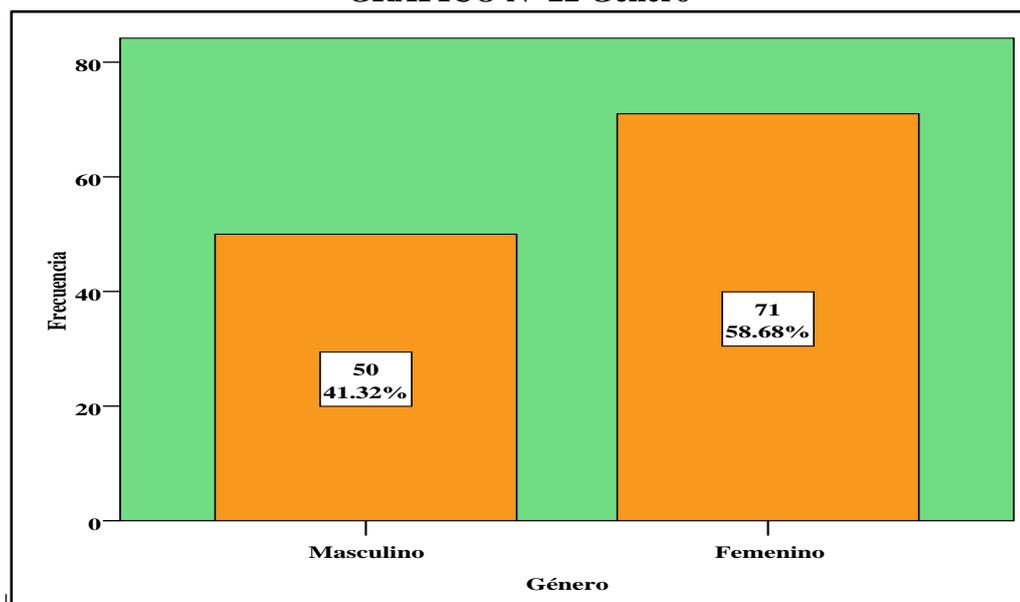
**TABLA N° 18 Género**

| Género    | Estadísticos |            |          |             |
|-----------|--------------|------------|----------|-------------|
|           | Frecuencia   | Porcentaje | % válido | % acumulado |
| Masculino | 50           | 41.3       | 41.3     | 41.3        |
| Femenino  | 71           | 58.7       | 58.7     | 100.0       |
| Total     | 121          | 100.0      | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 22 Género**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Se logró recopilar información de hombres y mujeres, éstas última mantiene supremacía relativa, lo que significa que las mujeres son las que más optan por prestar los servicios de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

## Edad

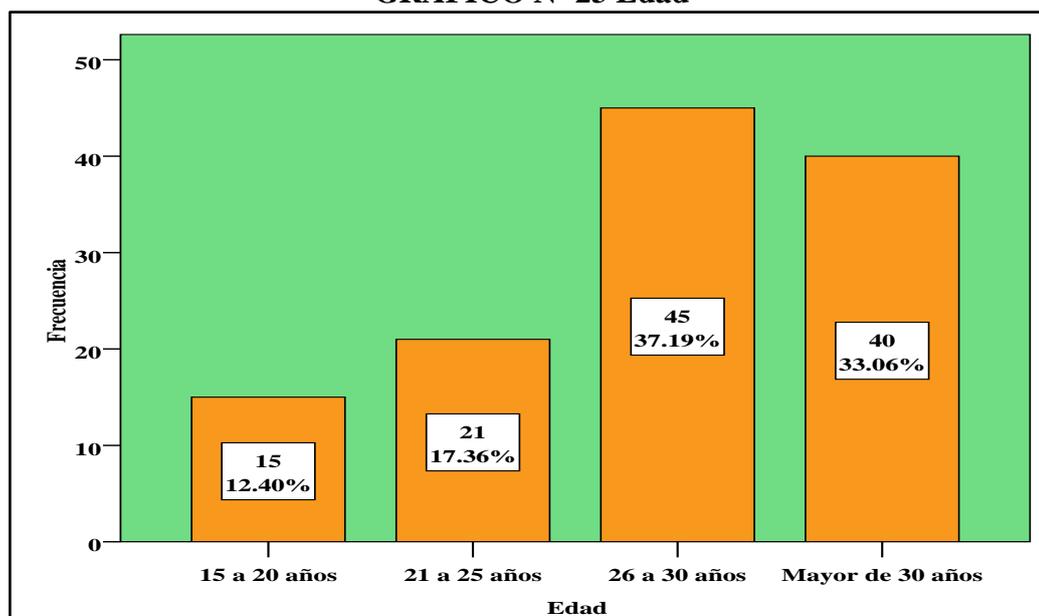
**TABLA N° 19 Edad**

| Edad             | Estadísticos |            |          |             |
|------------------|--------------|------------|----------|-------------|
|                  | Frecuencia   | Porcentaje | % válido | % acumulado |
| 15 a 20 años     | 15           | 12.4       | 12.4     | 12.4        |
| 21 a 25 años     | 21           | 17.4       | 17.4     | 29.8        |
| 26 a 30 años     | 45           | 37.2       | 37.2     | 66.9        |
| Mayor de 30 años | 40           | 33.1       | 33.1     | 100.0       |
| Total            | 121          | 100.0      | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 23 Edad**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Con respecto a este reactivo se estableció cuatro rangos de edad, de las cuales poseen cifras significativas pero la que fluctúan entre 26 a 30 años son la que mayor representatividad numérica obtuvo.

## II. Información específica:

**PREGUNTA N° 1** ¿Cree usted que existen suficientes negocios en la comuna Prosperidad?

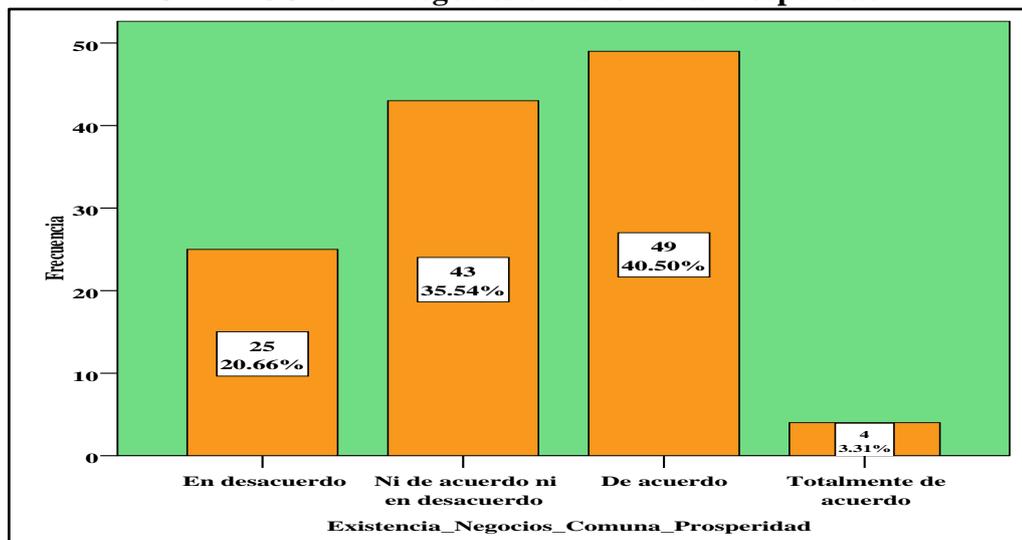
**TABLA N° 20 Negocios en la comuna Prosperidad**

| Existencia Negocios Comuna Prosperidad | Estadísticos |       |          |             |
|--|--------------|-------|----------|-------------|
|  | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| En desacuerdo                          | 25           | 20.7  | 20.7     | 20.7        |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo         | 43           | 35.5  | 35.5     | 56.2        |
| De acuerdo                             | 49           | 40.5  | 40.5     | 96.7        |
| Totalmente de acuerdo                  | 4            | 3.3   | 3.3      | 100.0       |
| Total                                  | 121          | 100.0 | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 24 Negocios en la comuna Prosperidad**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados obtenidos respecto a esta interrogante, señalan que los encuestados respondieron en su mayoría de forma negativa. En base a la apreciación de los clientes, es notable que el índice de los negocios dentro de la comuna Prosperidad no sea significativo como para afirmar la presencia de excesiva de los mismos.

**PREGUNTA N° 2** ¿Cree usted que la actividad artesanal (costura) es de gran aporte para el desarrollo económico de la comuna Prosperidad?

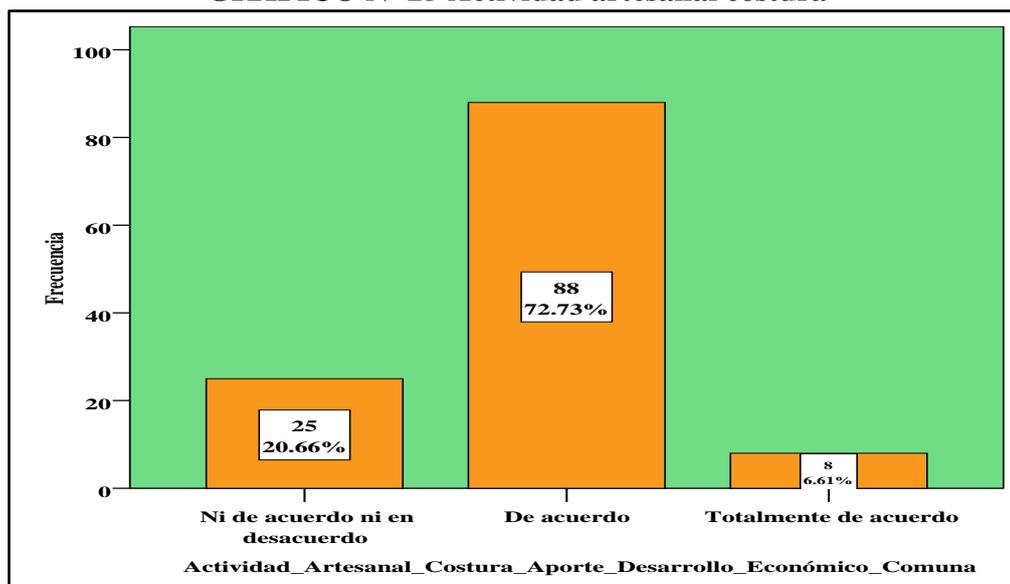
**TABLA N° 21** Actividad artesanal costura

| Actividad Artesanal Costura<br>Aporte Desarrollo<br>Económico Comuna | Estadísticos |       |             |                |
|--|--------------|-------|-------------|----------------|
|  | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                                    | 25           | 20.7  | 20.7        | 20.7           |
| De acuerdo   | 88           | 72.7  | 72.7        | 93.4           |
| Totalmente de acuerdo  | 8            | 6.6   | 6.6         | 100.0          |
| Total  | 121          | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 25** Actividad artesanal costura



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

La mayoría de los encuestados respondieron satisfactoriamente a esta pregunta, debido a que la comuna Prosperidad se caracteriza por ser una zona donde se destaca la labor artesanal como la costura que es un eje de desarrollo económico.

**PREGUNTA N° 3** ¿El trabajo artesanal (costura) es una actividad que necesita de capacitación constante?

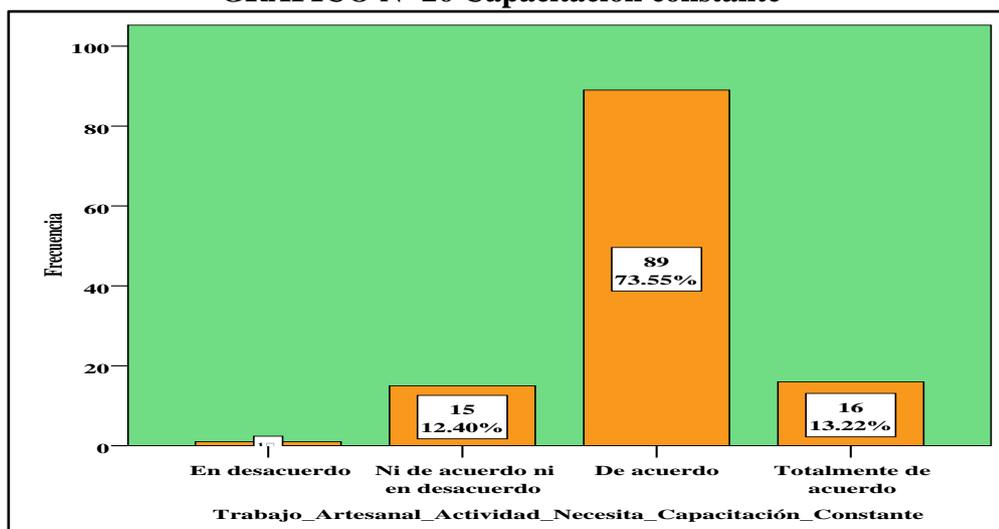
**TABLA N° 22 Capacitación constante**

| Trabajo Artesanal Actividad Necesita Capacitación Constante | Estadísticos |       |          |             |
|---|--------------|-------|----------|-------------|
|   | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| En desacuerdo   | 1            | .8    | .8       | .8          |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                              | 15           | 12.4  | 12.4     | 13.2        |
| De acuerdo  | 89           | 73.6  | 73.6     | 86.8        |
| Totalmente de acuerdo                                       | 16           | 13.2  | 13.2     | 100.0       |
| Total   | 121          | 100.0 | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 26 Capacitación constante**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

La mayoría de los encuestados contestó de modo favorable, con estos resultados se argumenta que efectivamente la actividad artesanal de costura si requieren que el personal este en constantes capacitaciones.

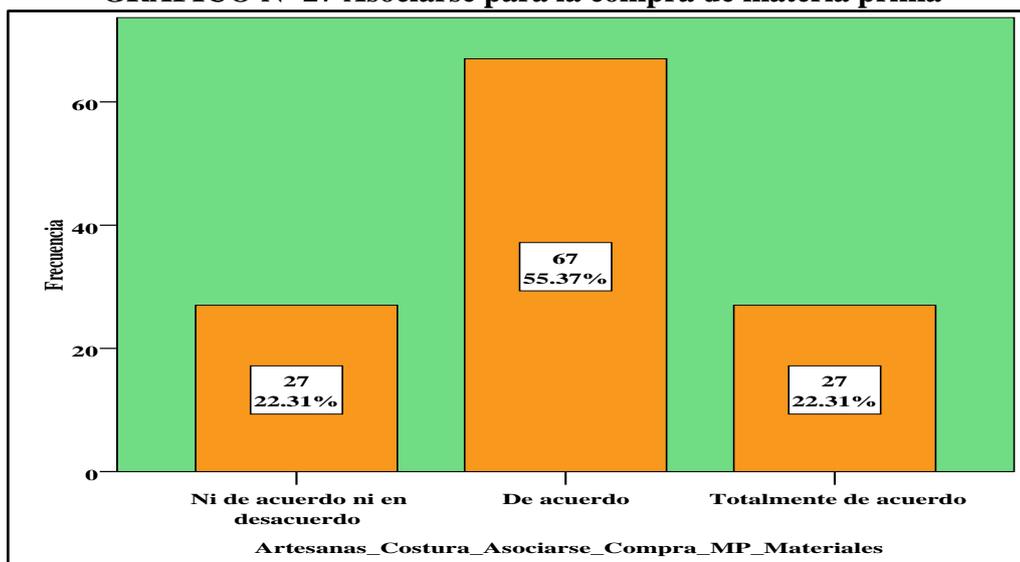
**PREGUNTA N° 4** ¿Piensa usted que las/os artesanas/os en costura deben asociarse para la compra de materia prima (telas e insumos)?

**TABLA N° 23 Asociarse para la compra de materia prima**

| Artesanas Costura Asociarse Compra MP e insumos | Estadísticos |       |          |             |
|---|--------------|-------|----------|-------------|
|   | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                  | 27           | 22.3  | 22.3     | 22.3        |
| De acuerdo                                      | 67           | 55.4  | 55.4     | 77.7        |
| Totalmente de acuerdo                           | 27           | 22.3  | 22.3     | 100.0       |
| Total   | 121          | 100.0 | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.  
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 27 Asociarse para la compra de materia prima**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.  
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los encuestados en su mayoría están de acuerdo que es una buena opción de que los artesanos en costura se asocien para la adquisición de telas e insumos, debido a que éstas son fundamentales para la confección de prendas de vestir.

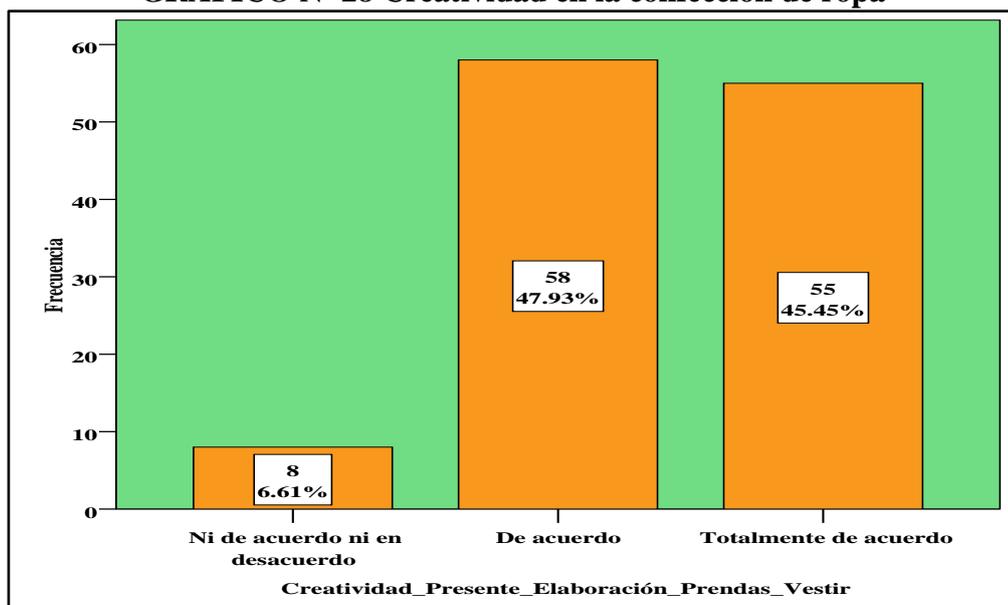
**PREGUNTA N° 5** ¿La creatividad debe estar presente en la elaboración de prendas de vestir?

**TABLA N° 24** Creatividad en la confección de ropa

| Creatividad Presente<br>Elaboración Prendas Vestir | Estadísticos |       |             |                |
|--|--------------|-------|-------------|----------------|
|  | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                  | 8            | 6.6   | 6.6         | 6.6            |
| De acuerdo   | 58           | 47.9  | 47.9        | 54.5           |
| Totalmente de acuerdo                              | 55           | 45.5  | 45.5        | 100.0          |
| Total  | 121          | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.  
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 28** Creatividad en la confección de ropa



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.  
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados a esta interrogante señalan que la mayoría respondieron satisfactoriamente. En conclusión, la creatividad de los/as artesanos/as en costura es relevante en la producción de prendas de vestir.

**PREGUNTA N° 6** ¿Qué tan de acuerdo está usted que las/os artesanas/os en costura trabajen con la modalidad de ventas bajo pedido?

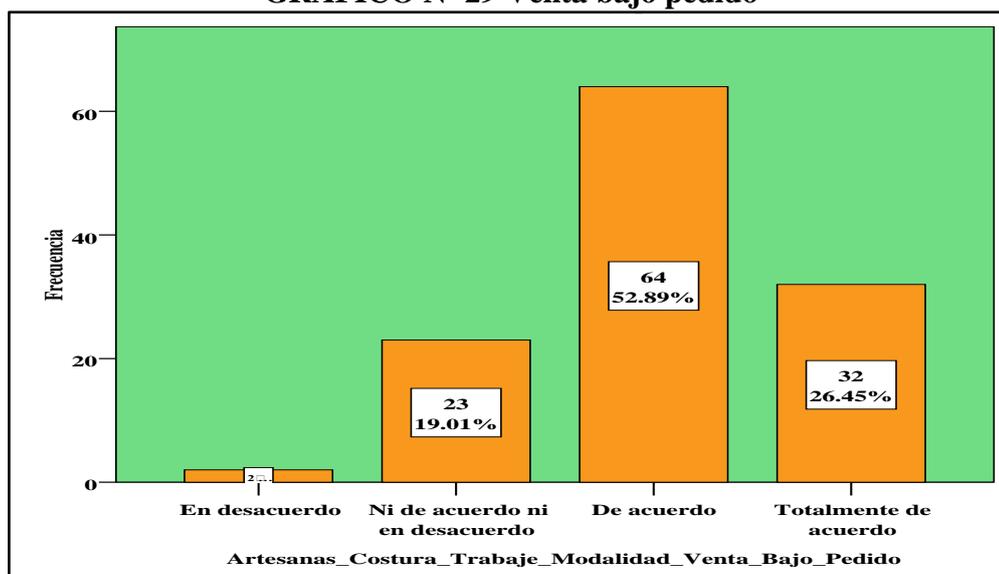
**TABLA N° 25 Venta bajo pedido**

| Artesanas Costura Trabajo Modalidad Venta Bajo Pedido | Estadísticos |       |          |             |
|---|--------------|-------|----------|-------------|
|   | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| En desacuerdo   | 2            | 1.7   | 1.7      | 1.7         |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                        | 23           | 19.0  | 19.0     | 20.7        |
| De acuerdo  | 64           | 52.9  | 52.9     | 73.6        |
| Totalmente de acuerdo                                 | 32           | 26.4  | 26.4     | 100.0       |
| Total   | 121          | 100.0 | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 29 Venta bajo pedido**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados de la pregunta planteada establecen que la mayoría de los encuestados están de acuerdo con esta interrogante que contempla que los artesanos en costura deben adoptar la venta bajo pedido.

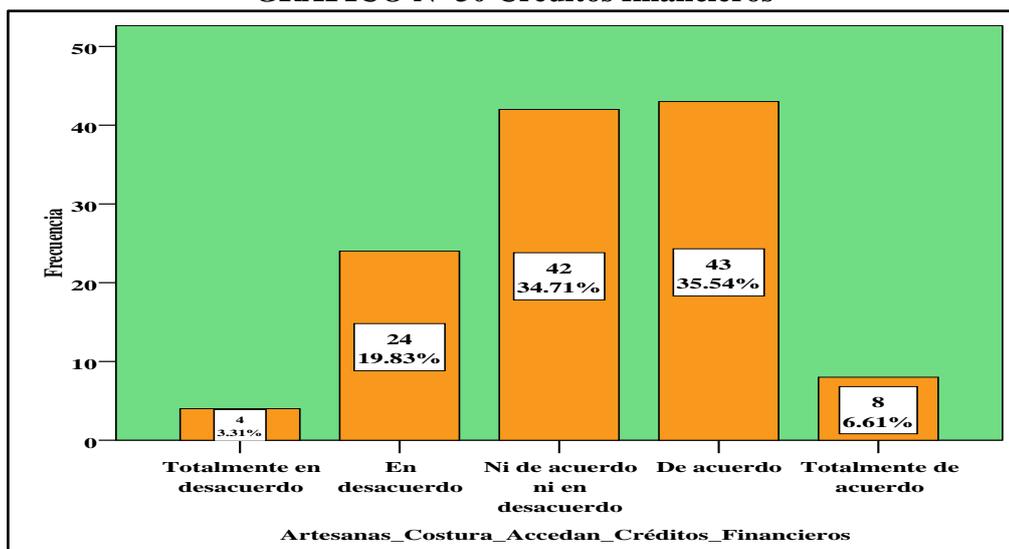
**PREGUNTA N° 7** ¿Cree usted conveniente que las/os artesanas/os en costura deben acceder a créditos financieros (préstamo de dinero)?

**TABLA N° 26** Créditos financieros

| Artesanas Costura Accedan<br>Créditos Financieros | Estadísticos |       |             |                |
|---|--------------|-------|-------------|----------------|
|   | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Totalmente en desacuerdo                          | 4            | 3.3   | 3.3         | 3.3            |
| En desacuerdo                                     | 24           | 19.8  | 19.8        | 23.1           |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                 | 42           | 34.7  | 34.7        | 57.9           |
| De acuerdo  | 43           | 35.5  | 35.5        | 93.4           |
| Totalmente de acuerdo                             | 8            | 6.6   | 6.6         | 100.0          |
| Total   | 121          | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.  
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 30** Créditos financieros



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.  
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los encuestados respondieron en su mayoría en la escala de acuerdo; por lo que se recomiendan de cierta manera que los artesanos en costura deben hacer las gestiones para financiar su negocio a través de créditos financieros.

**PREGUNTA N° 8** ¿Usted al momento de comprar ropa se fijan en la calidad del producto?

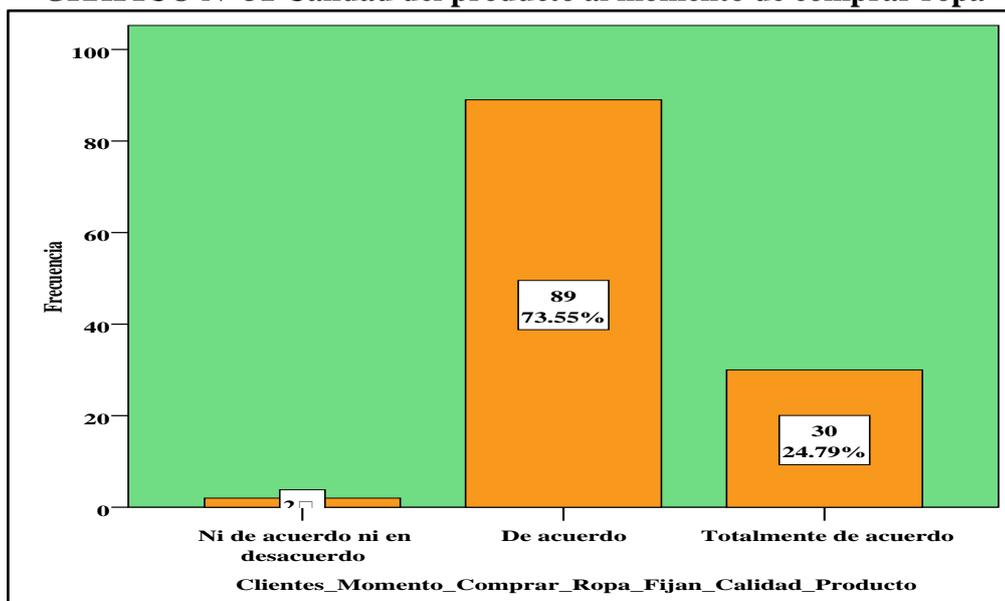
**TABLA N° 27 Calidad del producto al momento de comprar ropa**

| Clientes Momento Comprar Ropa Fijan Calidad Producto | Estadísticos |       |          |             |
|--|--------------|-------|----------|-------------|
|  | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                       | 2            | 1.7   | 1.7      | 1.7         |
| De acuerdo   | 89           | 73.6  | 73.6     | 75.2        |
| Totalmente de acuerdo                                | 30           | 24.8  | 24.8     | 100.0       |
| Total  | 121          | 100.0 | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 31 Calidad del producto al momento de comprar ropa**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados referidos a esta interrogante considerando la calidad del producto como un elemento de decisión de compra, la mayoría de los encuestados respondieron satisfactoriamente, los datos obtenidos evidencian el valor e importancia de este factor.

**PREGUNTA N° 9** ¿El precio es un elemento importante que consideran las personas al momento de comprar ropa?

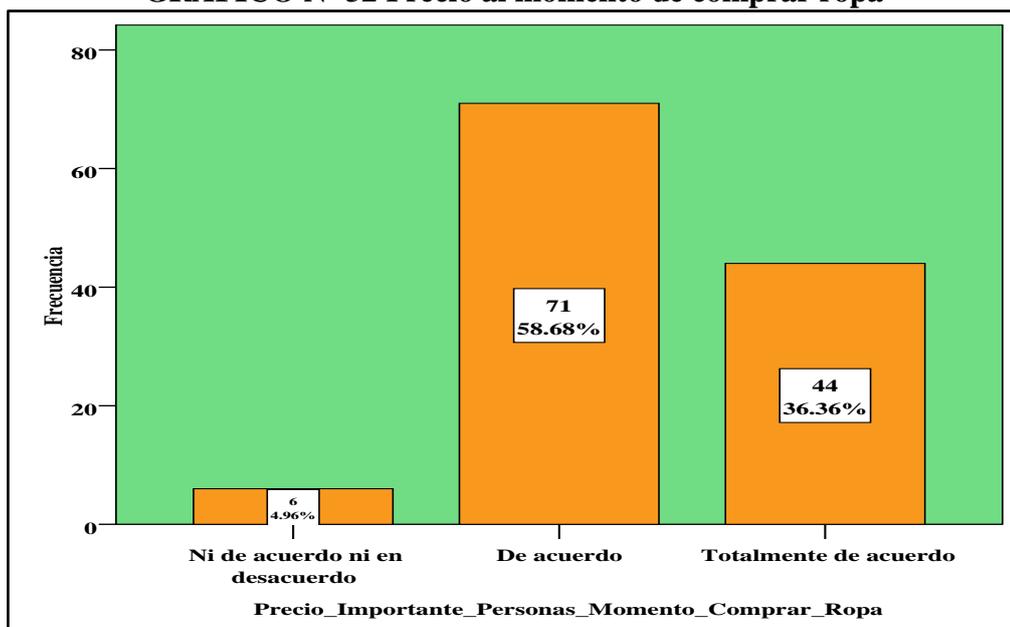
**TABLA N° 28 Precio al momento de comprar ropa**

| Precio Importante Personas<br>Momento Comprar Ropa | Estadísticos |       |             |                |
|--|--------------|-------|-------------|----------------|
|  | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                  | 6            | 5.0   | 5.0         | 5.0            |
| De acuerdo   | 71           | 58.7  | 58.7        | 63.6           |
| Totalmente de acuerdo                              | 44           | 36.4  | 36.4        | 100.0          |
| Total  | 121          | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 32 Precio al momento de comprar ropa**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Concerniente a esta pregunta, la mayoría de los encuestados se inclinaron en la escala de respuesta de acuerdo. Por lo general, el precio es un componente de marketing que influye significativamente en la decisión de compra por su relevancia y valor.

**PREGUNTA N° 10** ¿La cooperación entre artesanos en costura es aconsejable para el desarrollo de la comuna Prosperidad?

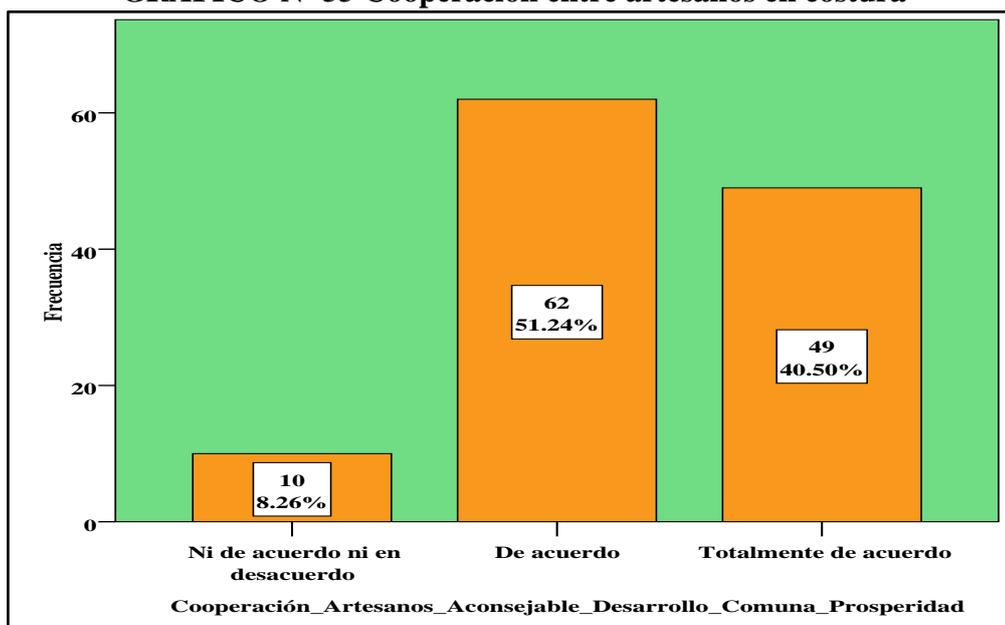
**TABLA N° 29 Cooperación entre artesanos en costura**

| Cooperación Artesanos<br>Aconsejable Desarrollo<br>Comuna Prosperidad | Estadísticos |       |             |                |
|---|--------------|-------|-------------|----------------|
|   | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                                     | 10           | 8.3   | 8.3         | 8.3            |
| De acuerdo  | 62           | 51.2  | 51.2        | 59.5           |
| Totalmente de acuerdo   | 49           | 40.5  | 40.5        | 100.0          |
| Total   | 121          | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 33 Cooperación entre artesanos en costura**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados obtenidos muestran que la mayoría de los encuestados respondieron a esta interrogante satisfactoriamente, la cooperación entre artesanos en costura ocasionará secuelas positivas en el desarrollo de la comuna de Prosperidad.

**PREGUNTA N° 11** ¿La creación de una asociación de artesanos en costura permitirá el desarrollo de sus miembros?

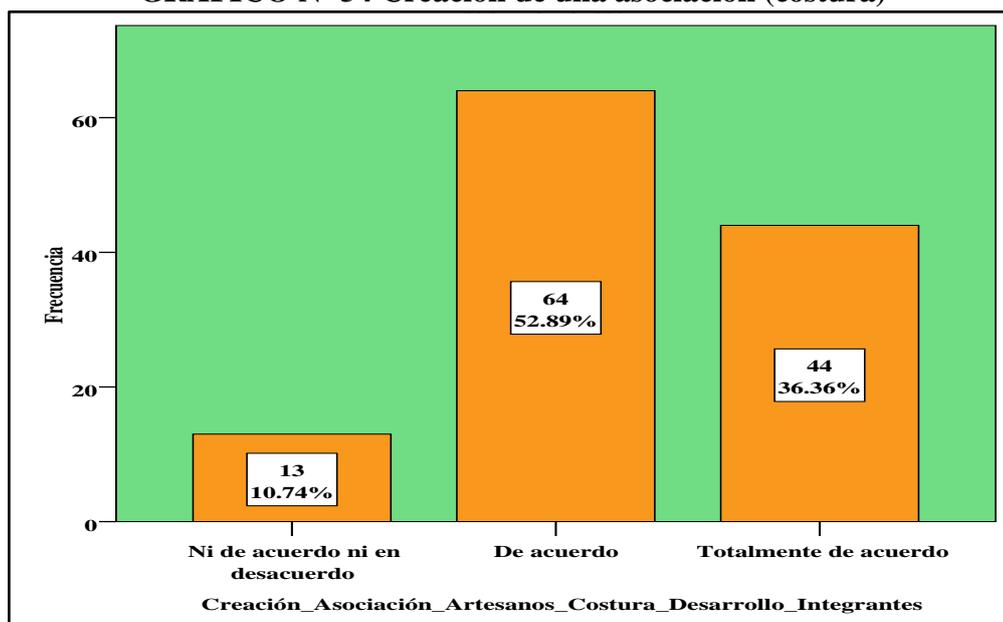
**TABLA N° 30 Creación de una asociación (costura)**

| Creación Asociación<br>Artesanos Costura<br>Desarrollo Integrantes | Estadísticos |       |             |                |
|--|--------------|-------|-------------|----------------|
|  | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                                  | 13           | 10.7  | 10.7        | 10.7           |
| De acuerdo   | 64           | 52.9  | 52.9        | 63.6           |
| Totalmente de acuerdo  | 44           | 36.4  | 36.4        | 100.0          |
| Total  | 121          | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 34 Creación de una asociación (costura)**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

La mayoría de los encuestados respondieron favorablemente, determina que a través de la creación de grupos asociativos se obtendrá mejores resultados y un cambio positivo para el desarrollo de sus miembros.

**PREGUNTA N° 12** ¿Piensa usted que si las/os artesanas/os en costura integran un grupo asociativo tendrían un beneficio común?

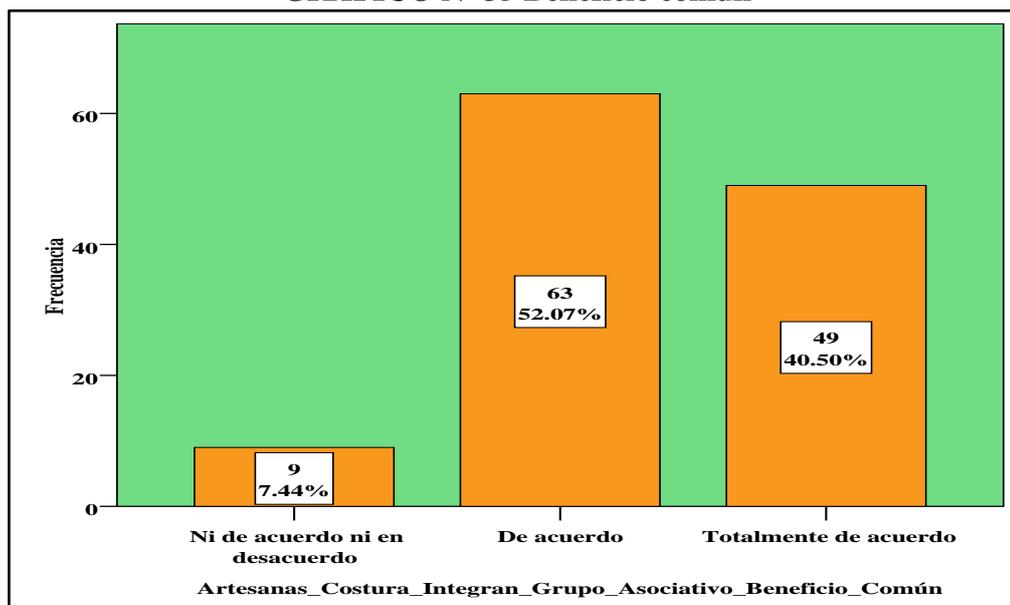
**TABLA N° 31 Beneficio común**

| Artesanas Costura Integran Grupo Asociativo Beneficio Común | Estadísticos |       |          |             |
|---|--------------|-------|----------|-------------|
|   | Frecuencia   | %     | % válido | % acumulado |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo                              | 9            | 7.4   | 7.4      | 7.4         |
| De acuerdo  | 63           | 52.1  | 52.1     | 59.5        |
| Totalmente de acuerdo                                       | 49           | 40.5  | 40.5     | 100.0       |
| Total   | 121          | 100.0 | 100.0    |             |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 35 Beneficio común**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los resultados a esta interrogante reflejan que los encuestados en su mayoría se centra en la escala de acuerdo. En conclusión, se fundamentan que la constitución de grupo asociativo esta direccionado a alcanzar un beneficio común para sus integrantes.

**PREGUNTA N° 13** ¿Las Instituciones del Gobierno deben cooperar en el desarrollo de la actividad artesanal (corte y confección de ropa)?

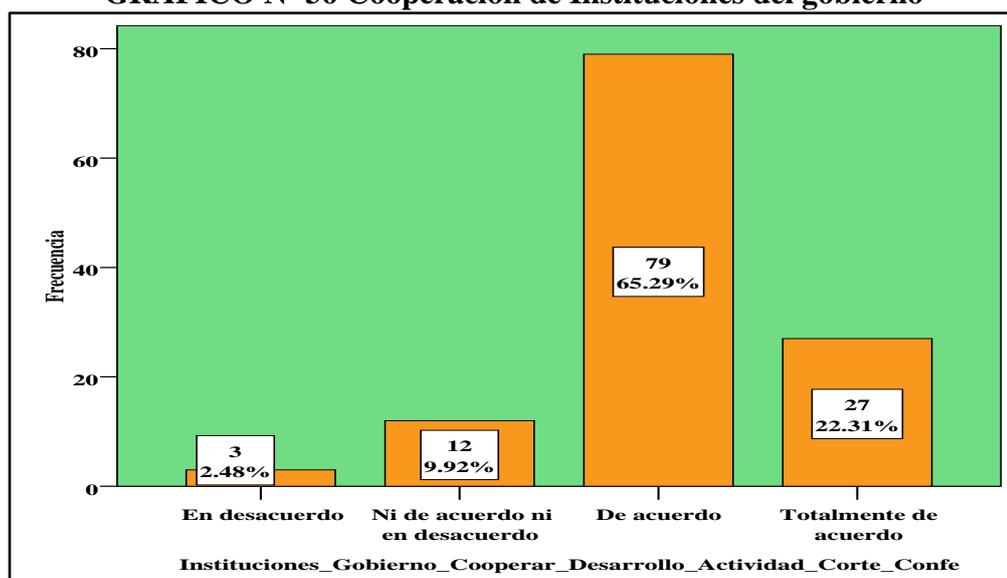
**TABLA N° 32 Cooperación de Instituciones del gobierno**

| Instituciones Gobierno<br>Cooperar Desarrollo<br>Actividad Corte y<br>Confección | Estadísticos |       |             |                |
|--|--------------|-------|-------------|----------------|
|  | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| En desacuerdo  | 3            | 2.5   | 2.5         | 2.5            |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo  | 12           | 9.9   | 9.9         | 12.4           |
| De acuerdo   | 79           | 65.3  | 65.3        | 77.7           |
| Totalmente de acuerdo  | 27           | 22.3  | 22.3        | 100.0          |
| Total  | 121          | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 36 Cooperación de Instituciones del gobierno**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los encuestados en su mayoría respondieron en la escala de acuerdo, estableciendo que la intervención del Gobierno es vital para el desarrollo del sector artesanal de corte y confección.

**PREGUNTA N° 14** ¿Si las/os artesanas/os en costura conformara una asociación tendría acceso a financiamiento?

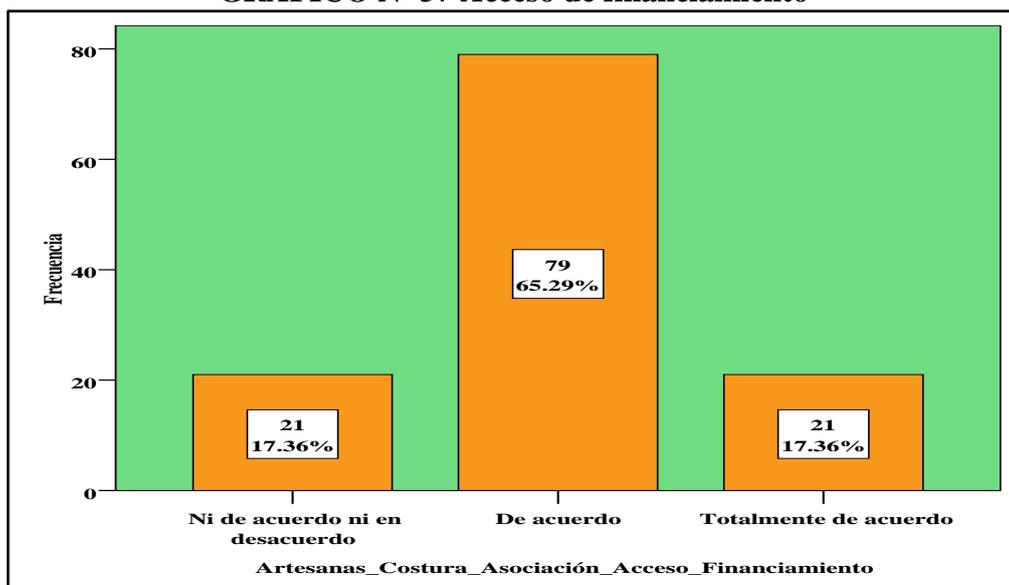
**TABLA N° 33 Acceso a financiamiento**

| Artesanas Costura<br>Asociación Acceso<br>Financiamiento | Estadísticos |       |             |                |
|--|--------------|-------|-------------|----------------|
|  | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                        | 21           | 17.4  | 17.4        | 17.4           |
| De acuerdo   | 79           | 65.3  | 65.3        | 82.6           |
| Totalmente de acuerdo                                    | 21           | 17.4  | 17.4        | 100.0          |
| Total  | 121          | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 37 Acceso de financiamiento**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Las respuestas a esta interrogante muestran que la mayoría de los encuestados consideran que si los artesanos en costura forman parte de una asociación es posible acceder a créditos financieros ya que sería factible la obtención de los requisitos pertinentes para su aceptación.

**PREGUNTA N° 15** ¿Cree usted que al asociarse las/os artesanas/os en costura mejoraría la producción y comercialización de prendas de vestir?

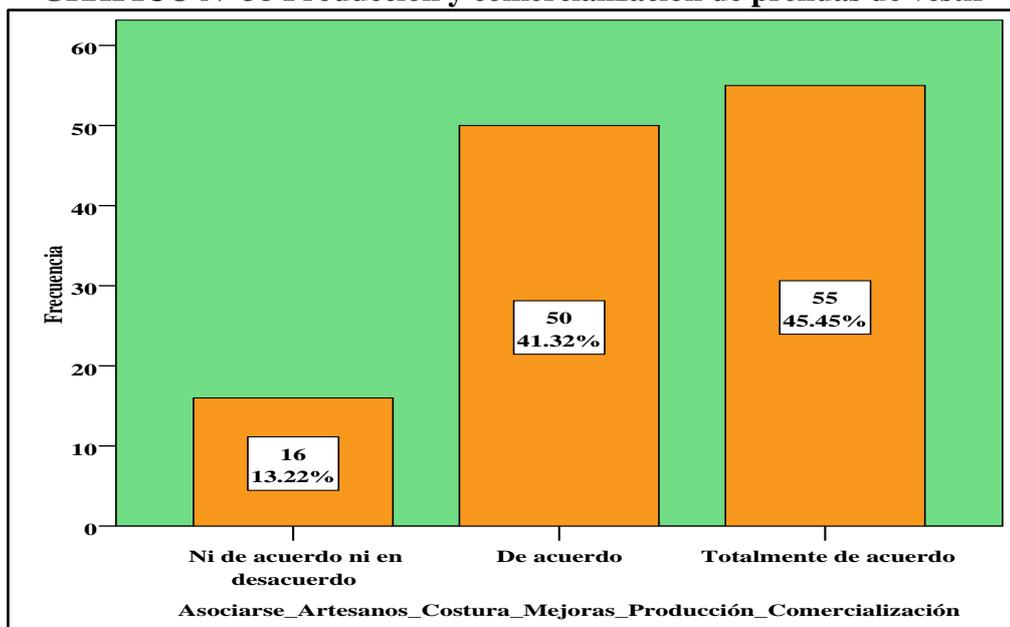
**TABLA N° 34 Producción y comercialización de prendas de vestir**

| Asociarse Artesanos Costura<br>Mejoras Producción<br>Comercialización | Estadísticos |       |             |                |
|---|--------------|-------|-------------|----------------|
|   | Frecuencia   | %     | %<br>válido | %<br>acumulado |
| Ni de acuerdo ni en<br>desacuerdo                                     | 16           | 13.2  | 13.2        | 13.2           |
| De acuerdo  | 50           | 41.3  | 41.3        | 54.5           |
| Totalmente de acuerdo   | 55           | 45.5  | 45.5        | 100.0          |
| Total   | 121          | 100.0 | 100.0       |                |

Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 38 Producción y comercialización de prendas de vestir**



Fuente: Encuestas realizadas a Clientes.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Los encuestados contestaron satisfactoriamente a la pregunta planteada. En conclusión, la percepción de los clientes en cuanto a la mejora de la producción y comercialización de prendas de vestir depende que los artesanos en costura se organicen e integren una asociación.

### 3.2 Conclusiones

- 1) Se diagnosticó que los artesanos en costura ejercen su labor desde la comodidad de su hogar, la mayoría son mujeres adultas con experiencia (varios años realizando esta profesión), no poseen máquinas industriales, su producción es mínima debido a la demanda, no promocionan sus confecciones, se limitan a buscar clientes, la tela que es la materia prima se la adquiere en la ciudad de Guayaquil y por cercanía en el cantón La Libertad. Del total de 94 clientes que equivale al 77.68% de un general de 121, piensan que los artesanos en costura deben asociarse para el abastecimiento de materia prima, mientras que el 84.70% de los artesanos en costura sostienen que si es necesario la asociatividad para este fin.
  
- 2) Se identificó en las encuestas aplicadas para los artesanos en costura, que el 88.78% piensan que la forma de progreso en la comercialización es con la participación grupal o trabajo cooperativo, el 90.70% considera que trabajar con otros artesanos de la misma rama mejoraría la capacidad de negociación de sus prendas confeccionadas, el 66.32% argumenta que el trabajo en equipo permitiría solucionar problemas comunes (financiamiento, abastecimiento oportuno de materia prima) y alcanzar objetivos comunes (mejorar la producción y comercialización de prendas de vestir).
  
- 3) Se analizó la competitividad actual de los artesanos en costura, dentro de la comuna Prosperidad se identificó una asociación dedicada a la rama artesanal integrada por 66 personas de los cuales: 6 son costureras y 2 son sastres y la presencia de dos bazares que expenden ropa; la situación comercial de ropa es atractiva ya que la vestimenta es considerado una de las necesidades básicas del ser humano. El 90% de los artesanos encuestados sostienen que los productos más confeccionados y vendidos

son: blusas, vestidos, faldas, ropa deportiva, pantalones, camisas y camisetas; los menos confeccionados son los termos y pantalones para hombres y mujeres. Su ingreso promedio mensual es de \$160. El 80% de los clientes se fijan en el precio, diseño y calidad de la prenda de vestir.

- 4) Se evaluó las estrategias apropiadas para el mejoramiento de la competitividad, el 95% de los clientes se fijan en el precio y calidad de la ropa. No obstante, los resultados de la encuesta dirigida a los artesanos en costura señalan que el 88.78% piensan que la cooperación es aconsejable para mejorar la producción, el 92.85% afirman que los clientes también se fijan en la calidad del servicio, el 43.90% que el valor adicional al producto y servicio es imprescindible para captar nuevos clientes. Se determinó que los artesanos en costura se preocupan por adquirir tela de calidad (lycra, chálís, lino, aruba o gabardina, podesua, otras), en hacer un buen acabado y servicio personalizado para lograr la satisfacción de sus clientes.
  
- 5) La mayoría de los artesanos en costura en un 83.67% han sentido la penuria de conformar un grupo asociativo. Los directivos de la comuna expresaron que efectivamente si existe disponibilidad por parte de los artesanos en costura para trabajar en equipo a través de la cooperación mutua. Se estableció el plan de asociatividad como estrategias de trabajo cooperativo para la adquisición de materia prima, acceso a financiamiento, mejoras en la producción y comercialización, mejoras en el poder de negociación de las prendas de vestir, solucionar problemas y alcanzar objetivos comunes.

### 3.3 Recomendaciones

- 1) Los artesanos en costura deben de constituir una asociación siguiendo con las etapas y proceso de la asociatividad, una vez, que se obtenga vida jurídica coordinar acciones para involucrarse a programas de los distintos ministerios del gobierno como el MIES y el MIPRO, otra acción futura es que junto con la directiva de la comuna gestionar los recursos necesarios o financiamiento para el abastecimiento oportuno de materia prima e insumos, invertir en publicidad y propaganda, ejecución de proyectos, la construcción y adecuación de un taller artesanal enfocado a la costura o su propia sede que garantice la optimización de recursos para la producción a gran escala.
  
- 2) Los artesanos en costura deben fabricar prendas de vestir conservando la calidad y expenderlos a un precio accesible para que los clientes no duden en comprarlo y de esta manera satisfacer sus necesidades. Es preciso, que los artesanos en costura tomen la iniciativa para conformar un grupo asociativo y de unir esfuerzos que permita solucionar problemas y alcanzar objetivos comunes; creando una imagen empresarial sólida con la cooperación y trabajo en equipo, con la utilización de máquinas industriales para la producción a gran escala, fomentando de alguna forma la especialización con el fin dinamizar el proceso productivo.
  
- 3) Para mejorar la competitividad de los artesanos en costura es imperioso el diseño de un plan de asociatividad que generen nuevos medios o estrategias de carácter colectivas con la participación activa y permanente construyendo (sinergia), una atmósfera de confianza y comunicación en cada uno de los integrantes, que permita potencializar sus fortalezas mejorando sus debilidades, consolidar las oportunidades, neutralizando las amenazas. De esta forma establecer convenios con proveedores para la

adquisición de materia prima e insumos para reducir costos de producción y comercializar las prendas de vestir a precios accesibles sin perder la calidad.

- 4) Los artesanos en costura deben de romper paradigmas, es preferible agruparse y trabajar en equipo para el intercambio de información en técnicas, procedimiento de confección con el fin de mejorar la calidad, diseño y presentación del producto, que genere valor como símbolo empresarial, alcanzando ventajas competitivas como la reducción de costos mediante la asociatividad, es preferible que creen una marca (logotipo y slogan) y lo posicione en la mente del cliente. Una vestimenta atractiva, con un mejor acabado, buena calidad, diseño innovador atrae la atención al cliente e induce a su decisión de compra, esta es una medida para la captación de clientes.
  
- 5) Es necesario que los artesanos en costura cambien de mentalidad y trabajen en equipo, cooperando entre sí para desarrollar actividades de carácter colectivo enmarcado a compartir responsabilidades, riesgos y costos que permitan mejorar sus ingresos; conformando un grupo asociativo adquieren poder y grandes beneficios como producción a escala, acceso a financiamiento, poder de negociación para la reducción de precios de su materia prima, otros. Por lo tanto, se recomienda que los artesanos en costura integren la asociatividad para que ejecuten estrategias que viabilice un panorama favorable como es una excelente participación en el mercado que garantice su permanencia en el mismo siguiendo la propuesta del presente trabajo.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN COSTURA DE LA COMUNA PROSPERIDAD DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN DEL CANTÓN SANTA ELENA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA”**

##### **4.1 Descripción del plan de asociatividad**

El desarrollo de la propuesta conlleva a que cada artesano en costura obtenga beneficios comunes, cambie el enfoque de diversas áreas por citar algunas en la administración, comercialización, producción y tecnológico que permita romper paradigmas y modelos mentales aplicando compromisos, políticas de cooperación y trabajo en equipo; unificando sus fortalezas con objetivos direccionados a un futuro visionario con mayor nivel de venta, estructura interna y comunicación efectiva. Lo que se pretende en primera instancia es despertar el interés generando confianza entre los participantes; demostrar que el trabajo cooperativo proporciona excelentes resultados y que es preponderante para enfrentarse a nuevos desafíos y retos empresariales, con el fin de adaptarse rápidamente a los cambios del entorno, desarrollar la asociatividad como mecanismo para ser más competitivos en el mercado y en el ámbito de prendas de vestir. La presente propuesta contienen los lineamientos y pasos a seguir para alcanzar el status legal y un futuro fructífero, cada artesano en costura mantiene su independencia y autonomía, el trabajo cooperativo brindan grandes beneficios tales como: intercambiar información sobre las técnicas de corte y confección, mejoras en la producción, incremento del poder de negociación con proveedores para abastecimiento de materias primas e insumos, acceso a fuentes de financiamiento y a nuevos mercados.

## **4.2 Justificación de la propuesta**

La presente propuesta es relevante ya que determina los pasos a seguir para la constitución legal de un grupo asociativo y expone lo esencial para viabilizar el proceso asociativo y de establecer estrategias de trabajo colectivo, de modo que los artesanos en costura alcancen los beneficios que brinda la asociatividad y que están estipulados en las siguientes leyes: De Economía Popular y Solidaria, De Defensa al artesano, De Fomento Artesanal, Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones en relación al Plan del buen vivir 2013-2017.

Beneficiará principalmente a los artesanos en costura y a los actores económicos que intervienen, clientes, proveedores e intermediarios, por las grandes ventajas de la asociatividad, interactuando como una asociación con un mecanismo de cooperación consistente y con miras a enfrentar a la globalización, haciendo énfasis a un posicionamiento en el mercado peninsular; el modelo asociativo desarrollado permite la creación de valor, lo cual es gratificante para las personas e instituciones que opte por adquirir las prendas de vestir confeccionadas, implantando un sistema de producción y comercialización eficiente preparándose para la confección a gran escala, genera un mayor poder de negociación para el abastecimiento de materia primas y demás insumos, conseguir una tecnología moderna mediante el acceso a créditos en las instituciones bancarias y gubernamentales que fomente el desarrollo productivo artesanal, búsqueda de apoyo externo para futuras capacitaciones. Estos logros son difíciles de alcanzar de forma individual pero con el trabajo colectivo es posible, con la sinergia de esfuerzos, trabajo colectivo, compromisos y responsabilidades orientados a un objetivo común como es el fortalecimiento de la competitividad.

La propuesta permite a través de la implementación de estrategias creativas y bien fundamentadas, con modalidad colectiva a lograr objetivos comunes, que servirán para alcanzar los niveles de competitividad deseados. Su utilidad se manifiesta en

aprovechar las oportunidades y potencializar las fortalezas de cada uno de los artesanos en costura, mostrando responsabilidad y transparencia en las actividades o proyectos a realizar. Indudablemente, los riesgos disminuyen y los costos se compartirían, promoviendo el compromiso mutuo y el trabajo en equipo. Con los resultados se podría resolver las siguientes problemáticas existentes: la falta de recursos económicos, de capacitación, la no presencia de convenios con proveedores locales por mencionar los que se encuentran ubicados en La Libertad (como son: almacén El Cañonazo I y II, Botones y algo más, El Regalo, Bazar Lupita, Bazar Lolita, casas deportivas JV y Elite Deportiva), la inadecuada modalidad de comercialización y nivel bajo de promoción de las prendas de vestir y lo más indispensable fijación de los medios de distribución y de comercialización.

### **4.3 Objetivos**

#### **4.3.1 Objetivo General**

Fortalecer la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad, mediante un plan de asociatividad que le permita el trabajo en equipo, compartir riesgos, costos y beneficios y por ende, el incremento de los niveles de ingresos resultado de la oferta enfocada a nuevos mercados.

#### **4.3.2 Objetivos Específicos**

- Generar confianza, cooperación e integración entre los artesanos en costura y demás integrantes a través de una efectiva comunicación y compromiso para la consecución de los objetivos de la asociatividad.
- Establecer políticas institucionales y parámetros a seguir con la estructuración de un modelo asociativo que asegure el correcto direccionamiento del plan de asociatividad.

- Implementar una estructura organizacional efectiva con la intervención de los involucrados para la definición de funciones y tareas de las distintas áreas de la futura asociación.
- Diseñar estrategias en base a las necesidades detectadas en el análisis y diagnóstico, mediante la participación activa de las integrantes para el mejoramiento del nivel productivo y de comercialización de prendas de vestir.
- Potencializar las relaciones comerciales con proveedores locales y clientes a través de convenios, acuerdos, carta de intención; en búsqueda de ganar espacios en el mercado peninsular.

#### 4.4 Proceso de constitución de la asociación

**GRÁFICO N° 39 Proceso de constitución de una asociación**



**Fuente:** Instituto Nacional de Economía Popular y solidaria(IEPS).  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**Asamblea Constitutiva:** Se realiza una asamblea constitutiva con los artesanos en costura interesados, quienes, en forma expresa, manifiestan su deseo de conformar la asociación. También se elige un Directorio Provisional integrado por un presidente, un secretario y un tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) que más adelante pasará a mencionarse a través de sus siglas. La SEPS cuya matriz está situada en la ciudad de Quito y la oficina visitada es la intendencia Zonal Guayaquil que está en la Av. Guillermo Pareja R. y Luis Mendoza M. (ex-edificio de la Empresa Eléctrica), edificio de la Plata (2do. Piso), Urbanización La Garzota, contigua a CNT. Por su cobertura a nuestra provincia de Santa Elena.

**Acta constitutiva:** El acta de la asamblea constitutiva contendrá lo siguiente:

- Lugar y fecha de constitución.
- Expresión libre y voluntaria de constituir la organización.
- Denominación, domicilio y duración.
- Objeto social.
- Monto del fondo o capital social inicial.
- Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores.
- Nómina de la directiva provisional.
- Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.

**Solicitud de constitución:** Una vez realizada la asamblea y acta constitutiva provisional, se procede a enviar una solicitud a la SEPS, para que dé inicio al trámite de constitución.

**Reserva de denominación:** Las asociaciones de economía popular y solidaria en formación, reservarán en la SEPS en coordinación con la Superintendencia de Compañías, el uso de una denominación por el plazo de noventa días dentro de los

cuales se presentarán la documentación para el otorgamiento de la personalidad jurídica.

**Presentación de documentos:** La asociación para la obtención de personalidad jurídica presentarán ante la SEPS lo siguiente:

- Solicitud de constitución (ver anexo N° 16).
- Reserva de denominación.
- Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores (ver anexo N° 14).
- Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma (ver anexo N° 12 y 13).
- Estatuto social, en dos ejemplares (ver anexo N° 8).
- Certificado de depósito del aporte del capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social (por lo menos 3 remuneraciones básicas unificada), efectuado preferentemente en una cooperativa de ahorro y crédito.

**Trámite de aprobación:** Si la documentación cumple con los requisitos exigidos por la SEPS mediante reglamento admitirá a trámite la solicitud de constitución. En el término de treinta días, la SEPS efectuará el análisis de la documentación y en caso de ser necesario, realizará una verificación in situ, luego de lo cual elaborará la resolución que niegue o conceda la personalidad jurídica a la asociación y en este último caso, notificará al Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social para su inscripción en el registro público.

Si la documentación no cumpliera con los requisitos, se concederá un término de treinta días adicionales para completarla y en caso de no hacerlo, dispondrá su devolución. La SEPS mediante resolución, negará el otorgamiento de personalidad jurídica a una organización, cuando determine que su constitución no es viable, por las causas establecidas en el informe técnico respectivo.

**Notificación para registro:** La SEPS una vez emitida la resolución de concesión de personalidad jurídica de una organización, comunicará del particular al Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, para el registro correspondiente.

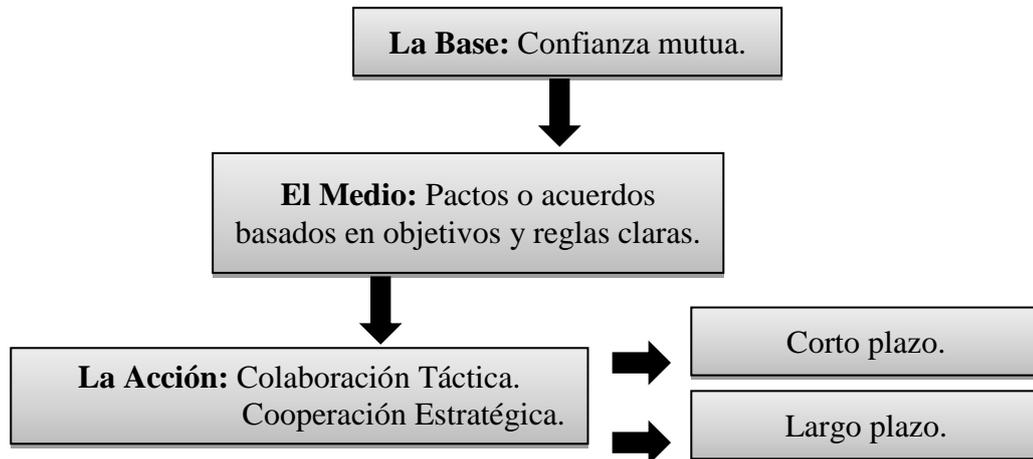
**Registro Público:** El Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, será el responsable del registro público de las personas y organizaciones, sujetas a la ley, que se llevará en forma numérica y secuencial. Los emprendimientos unipersonales, familiares o domésticos se registrarán presentando una declaración suscrita por el titular de la unidad, en la que conste el tipo de actividad, los nombres y apellidos de los integrantes y copia de la cédula. Los emprendimientos unipersonales, familiares o domésticos, cuyos titulares sean ciudadanos en situación de movilidad, deberán presentar además, el pasaporte y el documento que acredite el estatus migratorio, cuando sea procedente. Los comerciantes minoristas y artesanos se registrará presentando el documento que acredite el cumplimiento de las condiciones previstas en la ley.

**Personalidad jurídica:** La personalidad jurídica otorgada a las organizaciones amparadas por la ley, les confiere la capacidad legal para adquirir derechos, contraer obligaciones y acceder a los beneficios que la ley les concede, en el ejercicio de las actividades de su objeto social. La SEPS actualmente se encuentra imposibilitada de otorgar personalidad jurídica a entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales o cajas de ahorro, conforme a la resolución N° JR-STE-2013-008 emitida por la Junta de Regulación, el periodo de moratoria es de una año que finaliza el 27 de junio del 2014.

**Autorización de funcionamiento:** La SEPS, simultáneamente con el registro de directivos y representante legal, emitirá la autorización de funcionamiento que será exhibida en la oficina principal de la organización. En la misma forma se procederá con la autorización de funcionamiento de oficinas operativas.

#### 4.5 Proceso de la asociatividad

GRÁFICO N° 40 Esquema de elementos para proceso de asociatividad



**Fuente:** Proyecto de Cooperación UE – PERU/PENX (2008).  
**Elaborado:** González Villón Roberto Carlos.

Para lograr el esquema anterior, es ineludible la cooperación de los participantes. Por lo consiguiente se hizo énfasis en:

**Cultura empresarial de cooperación:** La concientización del valor y la importancia de la participación de todos y cada una de los artesanos en costura en las reuniones colectivas, que viabilice la integración y de implantar el concepto que para competir en un mundo globalizado es necesario cooperar.

**Confianza y compromiso:** La eficacia del proceso asociativo depende de la confianza y del grado de compromiso de los artesanos en costura, en las reuniones de trabajo, se busca conseguir un equilibrio entre confianza y cooperación para la consecución de los objetivos y metas planteadas, los mismos que se da a conocer al inicio de cada encuentro, la labor sería que la atmósfera de confianza y compromiso se presente en tiempo prolongado y que sea transferible a todos los participantes, una vez, superado las restricciones u obstáculos como la desconfianza que muchas veces están enraizadas o con analogía a la competencia

desleal, acompañada con la idea que unos trabajan más que otros y que gozan de los mismos beneficios sin hacer mayor esfuerzo o participación. Este paradigma es erróneo, si bien es cierto hay eventos que las circunstancias así lo amerita y no es porque en sí la persona se limite a participar. En la aplicación esta diferencia no es concebida, para contrastar aquello la asociación debe preocuparse por evitar:

- La falta de cultura de cooperación entre los artesanos en costura.
- Existencia de un clima laboral con atmósfera de desconfianza.
- Poco manejo de información o inadecuada comunicación interna.
- La poca práctica de transferencia de conocimientos y experiencias entre los integrantes.
- La falta de procedimiento de control los integrantes.
- La falta de proyectos asociativos.
- Coyuntura en las actividades (conflictos o polémicas).
- Falta de transparencia en los programas y planes de acción.

La falta de información alimenta la incertidumbre y por ende la desconfianza, existe información que es ventajosa a nivel colectivo e individual, es necesario y de gran trascendencia la transferencia de información en este proceso y orientar las acciones a la ejecución de actividades y proyectos con objetivos comunes. Es preciso, romper paradigmas y dar un paso a la globalización en donde la competitividad es lo que hace un futuro comprometedor.

**Trabajo en equipo:** Se estableció un sistema de trabajo en equipo como parte de la cultura interna y a través del fomento del mismo, dividir responsabilidades y consensuar las razones del porque asociarse en sus dos enfoques: competitivo que influyen y conserva la posibilidad de un posicionamiento en el mercado peninsular; la parte estratégica que hace hincapié a nuevas posiciones para el abastecimiento y la comercialización de las prendas de vestir, que es parte del objetivo común compartido.

Mediante reuniones de trabajo, mesas participativas, juegos de roles, las encuestas y entrevistas aplicadas a los artesanos en costura, se ha logrado conseguir un ambiente de confianza, promoviendo una excelente comunicación entre todos, lo que genera una relación interpersonal amigable y solidaria en pro de alcanzar los fines trazados. Manifestando los valores, haciendo prevalecer el respeto y la responsabilidad entre cada uno de los integrantes de los grupos de trabajo.

#### 4.6 Proceso Asociativo

**GRÁFICO N° 41 Proceso asociativo**



**Fuente:** Asociatividad una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las pymes (Pdf).  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**Etapa de gestación:** Se logró despertar el interés de los artesanos en costura, con la visita a sus domicilios para conocer la perspectiva concerniente al trabajo

cooperativo, se compartió la idea de desarrollar la asociatividad como mecanismo de cooperación entre los artesanos en costura de la localidad interesados en formar parte de la asociación, con la interacción se pudo analizar el potencial de cada artesano en costura, descubriendo sus aspiraciones mediante diálogos constante en las reuniones colectivas e individuales con pláticas amenas y respetuosas.

Para la identificación y sensibilización de los actores, se llevó a efecto:

- Reuniones generales
- Entrevistas

Se hizo énfasis la necesidad de cada artesano en costura a integrarse a la asociatividad, donde se planteó la idea de impartir los conceptos básicos del proyecto a través de una charla respecto a la asociatividad sus ventajas y beneficios, entre otros aspectos de gran importancia, enlazada al entorno de campo artesanal - costura y a la necesidad de realizar cambios en los procesos de producción de prendas de vestir, aplicando las estrategias colectivas para la comercialización de sus confecciones. Determinando su nivel de preparación, sus experiencias, disponibilidad de tiempo y recursos para participar, se procedió a la cuantificación de las personas que integraría la asociación, lo favorable es que todos los artesanos en costura se encuentran domiciliado en la comuna Prosperidad. Con el apoyo de los participantes se logró establecer los días de encuentros para seguir con el proceso y se mantuvo un ritmo adecuado de socialización.

## Identificación y registro

**CUADRO N° 15 Nómina de Artesanos en costura**

| <b>ARTESANAS EN COSTURA DE LA COMUNA PROSPERIDAD</b> |                                      |                        |
|--|--------------------------------------|------------------------|
| <b>N°</b>  | <b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>           | <b>NÚMERO DE C. I.</b> |
| 1  | Yadissa Germania Ramos Tomalá        | 0928503259             |
| 2  | Yadira Katherine Clemente Yagual     | 0928507086             |
| 3  | Cindy Evelyn Ramos Pozo              | 0921511366             |
| 4  | Ruth Ibett Suárez Laínez             | 0920671583             |
| 5  | María De los Ángeles Tomalá Carvajal | 0918177494             |
| 6  | Evelyn Soraya Ramos Tomalá           | 0926461096             |
| 7  | Francisca Rosario Tomalá Ricardo.    | 0910366293             |
| 8  | Elena Georgina Ricardo Figueroa      | 0928502103             |
| 9  | Violeta María Torres Cruz            | 0906305859             |
| 10   | Jenny Elizabeth Tomalá Gonzabay      | 0919476002             |
| 11   | Gladys Ramos Tomalá                  | 0911604576             |
| 12   | Jéssica Isabel Ricardo Tomalá        | 0917861007             |
| 13   | María Narcisa Morales Tomalá         | 0920618162             |
| 14   | Indelira Morales Tomalá              | 0906743021             |
| 15   | Silvana Carolina Orrala Morales      | 0925911612             |
| 16   | Dayse Sonnia Tomalá Reyes            | 0910805480             |
| 17   | Carmen Agueda Tomalá Tomalá          | 0906988944             |
| 18   | Gisella Jazmín Suárez Tomalá         | 0918561622             |
| 19   | Vanessa Liseth González Ricardo      | 0925910382             |
| 20   | Agueda Lucinda Ricardo Tomalá        | 0918984105             |
| 21   | Elena Maritza Suárez Tomalá          | 0926469826             |
| 22   | Cinthya Yadira Tomalá Ricardo        | 0925918468             |
| 23   | Zenaida Harmilda Ramos Orrala        | 0906877006             |
| 24   | Joly Del Carmen Tomalá Ricardo       | 0911273589             |
| 25   | Estela Marilyn Suárez Suárez.        | 0926469776             |

**Fuente:** Reunión – Proceso de identificación de actores.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

### **Etapas de estructuración:**

En esta etapa los artesanos en costura ya han decidido integrar la asociación, y están en la labor de seguir el proceso de legalización, definida y establecida la modalidad asociativa, tipo de asociatividad, red empresarial, estatutos de constitución, reglamento interno, organigrama provisional, funciones de cada

cargo, modelo asociativo y las estrategias a desarrollar. Se redactó un reglamento interno que está enmarcado en base a tópicos importantes como: propósito colectivo, mecanismos de toma de decisiones, compromisos y obligaciones de los artesanos en costura, admisión de nuevos integrantes y retiro de los mismos, comisión de trabajo, cuotas y multas y la disolución de grupo de trabajo.

### **Etapa de madurez:**

En esta etapa los artesanos en costura ya tiene en su mente su papel protagónico, consensuado las pautas de organización con los demás grupos de trabajo para lograr el objetivo en común. Ya que cada asociado tiene en claro lo que se quiere realizar a través de proyectos, partiendo con la definición de la forma jurídica para la sostenibilidad del grupo asociativo, se establece unos componentes estratégicos que viabilice y direcciona el camino a seguir en los próximos cinco años.

### **Etapa productiva o de gestación:**

En esta etapa se manifiesta la voluntad, ideas e intenciones de los artesanos en costura con la ejecución de acciones y actividades para obtener los resultados deseados planteados con anterioridad. Se analiza el entorno competitivo a través de matrices estratégicas, rediseñando el proceso de producción de prendas de vestir, planteando el plan de acción; convergiendo aspectos de inversiones, costos y gastos en el plan financiero.

### **Etapa de declinación:**

En esta etapa es la fase final dependiendo de los resultados alcanzados, se determina la culminación de actividades o desintegración del grupo asociativo; caso contrario la apertura y ejecución de nuevos proyectos, considerando la dimensión y los efectos de tales iniciativas fundamentada en la toma de decisiones.

## 4.7 Estructura organizacional de la Asociación

### 4.7.1 Estructura Interna de la asociación

GRÁFICO N° 42 Organigrama de la Asociación



**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### 4.7.1.1 Descripción de las funciones de la estructura interna

##### Funciones del administrador:

- Informar a la junta directiva y a los asociados el estado de la asociación.
- Tomar decisiones que ayude a mejorar la actividad de los artesanos en costura.
- Lograr ventajas competitivas que permite aumentar la actividad productiva y la de comercialización de la asociación.
- Elaborar planes de acción y proyectos.
- Trabajar de forma coordinada con los asociados (comisiones) y directivos.
- Asesorar y contribuir para dar solución a los problemas dentro de la asociación.
- Dirigir y controlar toda actividad relacionada con la asociación.
- Trabajar permanentemente con la junta directiva y coordinar acciones con los miembros de las comisiones.

- Representar a la asociación de ser el caso.
- Velar por los intereses de la asociación.
- Llevar adelante las operaciones y actividades de la asociación.
- Asesorar y proponer acciones a beneficio de la asociación.
- Buscar apoyo externo (instituciones públicas o privadas).
- Desarrollar y ejecutar proyecto de desarrollo y buscar entes que brinde capacitaciones a los asociados.
- Enlazar la asociación con las instituciones gubernamentales.
- Procurar de llevar a feliz término los objetivos comunes y metas trazados.

#### **Funciones del Presidente:**

- Representar legalmente a la asociación.
- Organizar y dirigir la asociación.
- Responsable del cumplimiento de la política interna (reglamento interno) y objetivos, políticas y valores institucionales.
- Dirige y coordina las reuniones de trabajo y actividades en beneficio de la asociación.
- Responsable de sancionar a los asociados que quebrante el reglamento interno, estatutos y disposiciones oficiales.
- Revisa las actas de reuniones, documentos y certificados presentados por el secretario y el tesorero o delegado de la comisión financiera.
- Dar a conocer las iniciativas, reflejadas que contribuye al cumplimiento del cronograma de actividades.
- Realizar las gestiones necesarias para el desarrollo de la asociación y de sus integrantes.

#### **Funciones del Vicepresidente**

- Supervisar las actividades y procedimientos.
- Proteger los bienes de la asociación.

- Informar al presidente de las irregularidades o problemas que se presenten en la asociación y con los artesanos en costura.
- Apoyar al presidente en todas las gestiones pertinentes a beneficio de la asociación.
- Controlar y evaluar los planes de trabajo, efectuando recomendaciones y sugerencias del mismo.

#### **Funciones del Secretario:**

- Redactar las comunicaciones, convocatorias, actas, cartas y acuerdos (firmar los mismos junto con el presidente).
- Elaborar y enviar las convocatorias a los asociados.
- Redactar y custodiar las actas de las reuniones: Asamblea General y Junta Directiva.
- Leer los comunicados dirigida a la asociación.

#### **Funciones de la Comisión de Producción:**

- Planificación de un calendario de producción para los asociados.
- Coordinar con los artesanos en costura en el proceso productivo de prendas de vestir para promover un sistema de calidad en todo el área.
- Optimizar y planificar el uso de recursos productivos para alcanzar un alto grado de productividad.
- Vigilar que las fases y procedimientos de fabricación se cumplan con normalidad.
- Diseñar presupuestos por concepto de gastos en la producción
- Verificar la calidad y cantidad de la materia prima e insumos.
- Asegurar la calidad del producto final.
- Desarrollar acuerdos y mantener contacto con proveedores.
- Efectuar cotizaciones para el proceso de compra de materia primas e insumos.

### **Funciones del Tesorero, delegado de la Comisión financiera o Contador:**

- Elaborar y presentar al presidente el presupuesto y los balances económicos y financieros.
- Recaudar los fondos sociales o aportaciones de los asociados.
- Firmar los comprobantes de pago de cuotas y otros documentos de tesorería
- Llevar la contabilidad (libros contables) de la asociación (desembolsos de efectivo ordenadas por al presidente o la junta directiva.
- Elaborar y tramitar las órdenes de suministros y pago a los proveedores
- Atender las necesidades de los asociados cancelar reposiciones, hacer gastos autorizados por el presidente o junta directiva.
- Realizar y declarar todo tipo de impuestos.

### **Funciones de la Comisión de Proyectos:**

- Ayudar al presidente y al vicepresidente en las gestiones a beneficio de la asociación.
- Ayudar a elaborar los proyectos y programas.

### **Funciones de la Comisión de Marketing y Ventas:**

- Búsqueda de mecanismos para comercializar (canales de distribución).
- Realizar las visitas a los diferentes microempresarios y/o instituciones públicas y privadas para buscar compradores potenciales (clientes).
- Evaluar el mercado y hacer proyecciones de ventas (obtener información del mercado).
- Negociar la producción del grupo y entrega del producto a los compradores que ofrezcan las mejores condiciones: forma de pago, valor o precio justo, cantidad de pedido, forma de entrega, entre otros aspectos de comercialización.
- Mantener contacto directo con los clientes (conocer características, necesidades y hábitos de compra de prendas de vestir).

- Elaborar y ejecutar planes de ventas (estrategias de promoción y publicidad).
- Buscar información de los competidores directos e indirectos.
- Registrar y hacer el control de las ventas y egresos efectuados (informes de ventas y gastos operativos).
- Mantener actualizada la base de datos (cartera de clientes).
- Definir políticas, estrategias de marketing y ventas.

#### **4.7.2 Niveles de la estructura interna de la Asociación**

La estructura organizativa de la Asociación de artesanos en costura de Prosperidad “ASARENCOS”, se basa en seguir con diversos niveles tal como se define a continuación:

##### **4.7.2.1 Niveles de decisión**

Las decisiones la toma la Asamblea General, en conjunto con la Junta Directiva (Presidente, Vicepresidente, Secretario y Tesorero o representante de la comisión financiera) y el Administrador, dicha decisión debe de contar con la aprobación de todos los asociados y argumentada para que viabilice la sostenibilidad de la asociación.

##### **4.7.2.2 Nivel de asesoría**

La Asamblea General constituida por los artesanos en costura, tiene derecho de adquirir asesoría del personal contratado como el Administrador y Contador, quienes por su grado de conocimientos y experiencia son los encargados de proponer acciones que impulse el desarrollo de actividades y proyectos encaminado al logro de objetivos y metas institucionales.

##### **4.7.2.3 Nivel de apoyo**

El nivel de apoyo de los artesanos en costura se encuentra en la Junta Directiva – Administrador que tienen como función buscar apoyo externo de instituciones del Gobierno Nacional para el desarrollo y crecimiento de la asociación.

#### **4.7.2.4 Nivel de dirección**

El nivel de direccionamiento se centra en el Presidente y Administrador, es parte esencial que consideran los artesanos en costura para tener un control en la administración, producción y comercialización de las prendas de vestir.

#### **4.7.2.5 Nivel operativo**

Este nivel operativo se centra en el área productiva, los operarios son los mismos artesanos en costura (25 asociados) de la comuna Prosperidad de la Parroquia San José de Ancón, son personas calificadas y con experiencia en cuanto a corte y confección de prenda de vestir.

#### 4.8 Factores críticos de éxito de la asociación

A continuación se detalla los factores críticos de éxito de la asociación:

**CUADRO N° 16 Indicadores de gestión y Factores críticos de éxito**

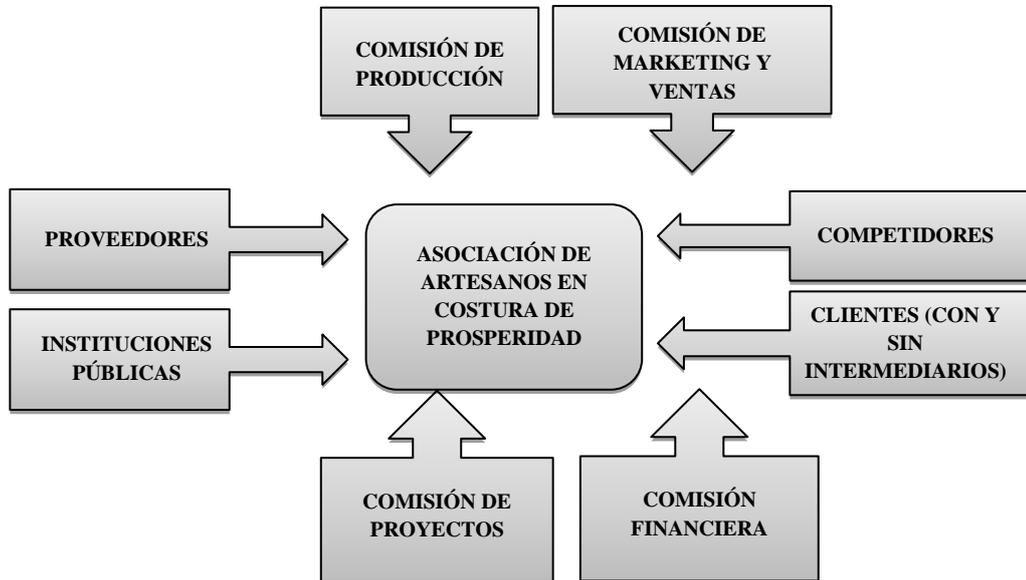
| Factores críticos de éxito   |  |
|--|--|
| Factores de gestión  | Factores de éxito  |
| <p><b>Eficiencia:</b> Los artesanos en costura tienen que emplear los recursos necesarios para alcanzar los objetivos.<br/>(Mide el cómo) Mide el nivel de ejecución de procesos y mide el rendimiento de los recursos utilizados en el mismo.<br/>-Tiempo de fabricación de una blusa, falda, vestidos, otros.<br/>-Costos de producción por cada prenda.</p> | <p>-Selección y registros de asociados.<br/>-Selección de la directiva<br/>-Conocimiento de derechos, deberes y obligaciones de los asociados.</p> |
| <p><b>Eficacia:</b> Los artesanos en costura deben cumplir con los objetivos, optimizando recursos satisfaciendo las expectativas de los clientes.<br/>(Mide el qué) Medir el logro de resultados propuestos o cumplimiento de los objetivos propuestos.<br/>-Grado de satisfacción de los clientes con relación a los pedidos.</p>                            | <p>-Compromiso<br/>-Confianza mutua<br/>-Comunicación para el desarrollo de actividades.</p>   |
| <p><b>Efectividad:</b> (Mide el para qué) Mide los resultados obtenidos de los recursos empleados y la satisfacción de necesidades.<br/>Eficacia X Eficiencia /100.</p>  | <p>Transparencia y mecanismo de control para el manejo de conflictos.</p>  |
| <p><b>Productividad:</b> Importante para lograr la eficiencia y eficacia.<br/>Mide la producción y los recursos utilizados.<br/>Total de confecciones / # de artesanos en costura X horas trabajadas X días trabajadas.</p>  | <p>Planificación adecuada para el logro de actividades, estrategias, objetivos y metas</p>   |
| <p><b>Adaptabilidad:</b> Implica cierto grado de flexibilidad en la estructura y en las maneras de operar.<br/>Mide que tan bien reaccionan el proceso y los artesanos en costura frente a las peticiones específicas del cliente.</p>   | <p>Un objetivo en común lo suficientemente distintivo.</p>   |

Fuente: Manual de la asociatividad – Centro de Exportaciones e inversiones Nicaragua (2010).

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.9 Construcción del modelo de la Asociación

GRÁFICO N° 43 Modelo de la Asociación



**Fuente:** Asociatividad Empresarial “La clave de los pequeños empresarios para enfrentar grandes retos”. – Datos de la investigación.

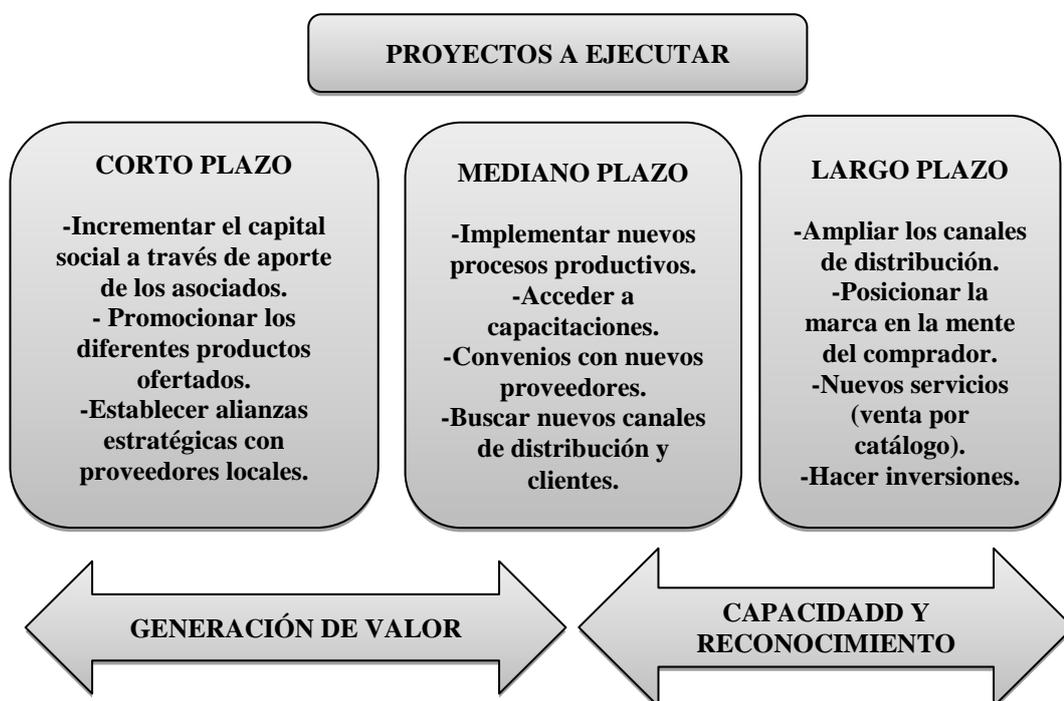
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

El modelo asociativo posibilita: la reducción de costos, incorporación de tecnología, acceso a nuevos mercados y mejora el posicionamiento en el mercado objetivo, incrementa la productividad (producción a escala), captación de recursos financieros, acceso a capacitación para los artesanos en costura, desarrollo de nuevos productos, creación de ventajas competitivas, aumenta el poder de negociación con clientes y proveedores. El trabajo colectivo proporciona resultados positivos en aspectos productivos, económicos y sociales; de esta forma asegura el desarrollo y crecimiento individual de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad, fomentando la transferencia de conocimientos y experiencias, la especialización, realización de proyectos, cumpliendo con las expectativas de los artesanos en costura que son: un trabajo estable concerniente a su oficio que posibilite la adquisición de ingresos propios hasta constituir un capital que le permita emprender su propio negocio, lugar donde puedan exhibir sus confecciones a fin de mejorar sus condiciones de vida, y por ende, el progreso y bienestar de la comunidad.

#### 4.9.1 Proyectos de la asociación

Las interrelaciones asociativas se definen a través de las necesidades detectadas en las entrevistas y reuniones de trabajo, permite establecer estrategias que son ejecutadas a través de proyectos a corto, mediano y largo plazo.

**GRÁFICO N° 44 Proyectos de la asociación**



Fuente: <http://www.asociatividadempresarial.com>. – Datos de la investigación.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

##### 4.9.1.1 Gestión de proyectos de la asociación

**Objetivos comunes:** Obtener capacitación y fuentes de financiamiento para mejorar la producción y comercialización de prendas de vestir.

**Meta común:** Lograr una mayor competitividad a nivel local y provincial de los productos confeccionados por los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

Dentro de los resultados de las reuniones de trabajo se percibió la necesidad de perfeccionar las habilidades de los artesanos en costura, por lo que es indispensable la apertura de programas de capacitación con el fin de agilizar y potencializar las capacidades; de esta manera garantizar el buen funcionamiento de sus actividades y operaciones. Por lo tanto, se exponen proyectos a corto, mediano y largo plazo efectuadas mediante financiamiento externo o créditos financieros de instituciones del sector público o privado.

Los proyectos a corto plazo serán: incrementar el capital a través de aportes de los asociados; promocionar y dar a conocer las diferentes prendas de vestir ofertadas en los medios de comunicación como es en Radio Amor por ser una emisora con gran amplitud en cobertura y reconocida; establecer alianzas estratégica con proveedores locales ya es de gran preponderancia satisfacer las necesidades de los clientes, por lo que es recomendable buscar proveedores que estén dispuestos a expender telas e insumos a precios razonables para la confección de ropa.

Entre los proyectos a mediano plazo: implementar nuevos y efectivos procesos productivos; acceder a capacitaciones a través de convenios e inversiones con entidades especializadas y gubernamentales, con el fin de que los artesanos en costura desarrollen nuevos conocimientos con la intención de potencializar sus destrezas, habilidades, técnicas en confección, manejo de maquinarias y operatividad del negocio; concretar convenios con otros proveedores locales para el abastecimiento oportuno de materia prima (tela) y por último buscar canales de distribución y nuevos clientes con el objeto de ganar espacio en el mercado y posicionar las prendas de vestir.

Como proyectos a largo plazo: ampliar nuestras redes de distribución de las confecciones realizadas por los artesanos en costura en zonas estratégicas dentro de la provincia de Santa Elena; posicionar la marca de la asociación en la mente de los clientes por medio de publicidad y propaganda; innovar en nuestros

servicios crear la venta por catálogo; hacer inversiones en maquinaria y en la adecuación de las instalaciones de la asociación.

#### **4.9.2 Características de la Asociación**

**Es de carácter voluntario:** Cualquier artesano en costura tiene la oportunidad de participar y ser protagonista de este modelo de negocio y disfrutar de los beneficios que este ofrece.

**No excluyente:** Particularmente este tipo de negocio, no obstruye la integración de artesanos en costura domiciliados en otros sectores próximos a la comuna Prosperidad como el Tambo y la Parroquia Ancón. Por lo contrario, lo que se pretende es formar una asociatividad, con la condensación de una sinergia de los artesanos de esta misma rama y que los interesados mantengan su status (trabajo individual) para dar solución a objetivos comunes.

**Es una estrategia colectiva:** Para lograr o alcanzar un objetivo común es menester buscar integrantes que genere la correlación de compromiso y esfuerzo conjunto, Tomando en consideración y los fundamentos de compartir los riesgos y disminuir costos.

**Contempla la autonomía gerencial:** Cada integrante (artesano en costura) tiene la potestad de tomar sus propias decisiones que impulse y promueva su desarrollo, puede destinar sus conocimientos y habilidades a sus proyectos internos o planes individuales, la asociación no atenta con la autonomía gerencial.

### 4.9.3 Ganancias y beneficios de la Asociación

**CUADRO N° 17 Cuadro Comparativo de Beneficios**

| PARÁMETROS                             | CON ASOCIACIÓN  | SIN ASOCIACIÓN  |
|--|---|---|
| Adquisición de materia prima e insumos | Mejores beneficios o descuentos en el abastecimiento de MP e insumos.   | No se obtiene beneficios en la adquisición de MP (tela) e insumos.                          |
| Gastos operativos                      | Disminución en gastos operativos.   | Gastos operativos elevados.   |
| Financiamiento                         | Facilidad de acceder a créditos financieros.  | Obstáculos para acceder a financiamiento.   |
| Capacidad de gestión                   | -Capacidad de gestión fuerte.<br>-Control y seguimiento en proyectos.   | No dispone de capacidad de gestión.   |
| Capacitación                           | Acceso a capacitaciones en temas de interés.  | Restricciones para acceder a capacitaciones.  |
| Demanda                                | -Definir el segmento y nicho de mercado<br>-Aumento de nuevos clientes<br>-Nuevos canales de distribución (puntos de ventas). | Artesanos seguirán con los mismos clientes sin aumentar su clientela o demanda.             |
| Liquidez                               | Capacidad positiva de generación de efectivo para enfrentar problemas económicos e inversiones.                               | Escasez de dinero para invertir, gastos en publicidad y solventar los costos de producción. |
| Planes de trabajo                      | Elaboración y ejecución de planes de acción a beneficios de los artesanos en costura  | Limitado conocimiento para la elaboración de planes de acción.                              |

**Fuente:** Datos de la investigación.

**Elaborado:** González Villón Roberto Carlos.

El cuadro anterior es un panorama de los beneficios que se pretenden alcanzar, sin duda alguna, estos trae consigo aspectos positivos para los artesanos en costura participantes en búsqueda de mejores condiciones de vida a través del trabajo en equipo y del cooperativismo.

### 4.9.4 Generalidades de la Asociación

#### **Tipo de asociatividad:**

**Núcleos Empresariales:** Esta asociación está integrada por los artesanos en costura, calificados y no calificados en un total de 25, quienes poseen problemas comunes ya que como se dedican al campo de corte y confección, desean superar

las dificultades que de forma individual es complejo hacerlo, pero de carácter colectivo es posible, así mismo, comparten costos, riesgos y beneficios.

**Tipo de red empresarial:**

**Red Horizontal:** Esta asociación se caracteriza por ser una red horizontal, porque se fundamenta en crear alianzas estratégicas, en este caso, entre artesanos en costura de una misma rama artesanal, los mismos que se encuentran localizados en la comuna Prosperidad de la Parroquia San José de Ancón del cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena. Pretendiendo alcanzar una sólida sinergia, poder de negociación, producción a escala, disminuir costos y compartir riesgos.

**4.9.5 Descripción del giro del negocio**

**CUADRO N° 18 Estrategias en base a necesidades**

| NECESIDAD  | ESTRATEGIA  | FINALIDAD   |
|--|---|---|
| Falta de Capacitación.                                 | Implementar programas de capacitación y de desarrollo para los artesanos en costura.                        | Conocer otros métodos de trabajo y al manejo de maquinarias para la confección de ropa.                                 |
| Falta de maquinarias.                                  | Acceder a microcréditos (CFN, BNF o MIPRO).   | Adquirir máquinas industriales o semi-industriales.   |
| Falta de recursos económicos                           | Establecer contactos con Instituciones Seccionales como la Prefectura o Ministerios del Gobierno.           | Solventar proyectos y programas de desarrollo.  |
| Precio elevado de MP e insumos.                        | Crear alianzas estratégicas con almacenes de compra de MP e insumos.  | Reducir precios de los insumos y de la materia prima.   |
| Conocer el precio adecuado para cada prenda de vestir. | Gestionar conferencias o charlas de Instituciones que fomente el desarrollo artesanal (MIPRO, MIES y UPSE). | Determinar un precio que genere un margen de utilidad por cada una de las prendas de vestir.                            |
| Lugar para producir y vender las confecciones.         | Implementar proyecto a corto, mediano y largo plazo.  | Contar con un lugar para la elaboración, exhibición y comercialización de las confecciones de los artesanos en costura. |

Fuente: Resultados de las Reuniones de Trabajo.

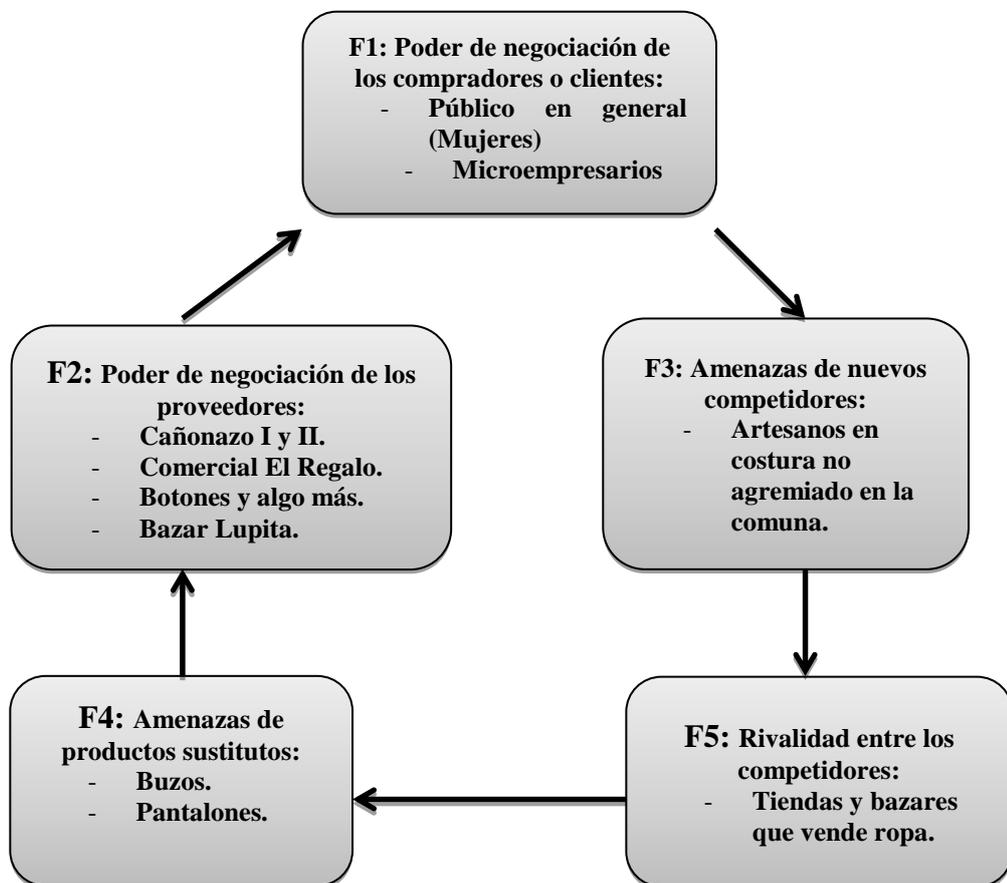
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

## 4.9.6 Modelo de la cinco fuerzas competitivas de la Asociación

### 4.9.6.1 Cinco fuerzas competitivas de la Asociación

Las cinco fuerzas competitivas del Modelo de Michael Porter, se presentan en el siguiente gráfico:

**GRÁFICO N° 45 Cinco Fuerzas Competitivas de la Asociación**



**Fuente:** Estrategias Competitivas – Datos de la Investigación.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

### **F1: Poder de negociación de los compradores o clientes**

Los compradores de las prendas de vestir confeccionadas por los artesanos en costura se encuentran en la misma localidad y próximo a la misma, incluso forma

parte los familiares o personas que mantienen afinidad o amistad que reside en otros lugares de la provincia de Santa Elena, cabe resaltar que el poder de negociación depende mucho de la magnitud - volumen de compra, se mantendrá diálogos amenos con los clientes para llegar a un acuerdo para cerrar la venta y que ambas partes obtenga beneficios, por lo que es esencial brindar la información necesaria del producto y un buen servicio a los mismos.

Los clientes cada vez son más exigentes en cuanto a calidad, si ellos por citar un ejemplo: conoce de precio, calidad, tipo de tela, información recopilada por visita a proveedores o competencia, el poder de negociación de los clientes crece de la misma manera si desea adquirir prendas de vestir en grandes cantidades sea en caso de propietarios de tiendas comerciales o bazares que expende ropa ya sea mayorista o minoristas. Un punto a favor, es que la asociación trabajará con una materia prima de calidad y por lo consiguiente, de esto dependerá el precio y nuestro poder de negociación será fructífero. La marca que se implantará en el mercado local jugará un papel interesante al momento de cerrar una venta.

## **F2: Poder de negociación de los proveedores o vendedores.**

Lo que se pretende alcanzar con el modelo asociativo es que de manera conjunta se efectúen las adquisiciones a gran escala de materias primas y demás insumos indispensables para la confección de prendas de vestir, poder negociar con el proveedor para reducir el precio, el mismo que sea justo y equitativo con fines de optimizar recursos que bien son utilizados para comprar insumos adicionales como para reservas. Por lo que es preciso, hacer una carta de intención y a futuro firmar convenios o acuerdos comerciales para que nos brinden facilidades de pagos y precios más asequibles para aquello, hay que analizar las ofertas de cada proveedor tales como el Cañonazo I y II, Casas Deportivas, Comercial el Regalo, Bazar lupita, Botones y Algo más, entre otros; para determinar al mejor proveedor que oferte su gama de productos a precios accesibles sin descuidar la calidad de los mismos, entonces poco a poco disminuye el poder de negociación del

proveedor, cabe resaltar que en el lugar, en pleno centro de La Libertad se encuentran situadas casas deportivas que también expenden telas de calidad.

### **F3: Amenazas de nuevos competidores**

Actualmente, los mismos artesanos en costura compiten entre sí, y es preciso mencionar que algunos poseen maquinarias nuevas y modernas lo que hace que el tiempo de producción sea corto y que confeccione prendas de vestir resaltando calidad e innovación. Con estos antecedentes, la asociación teniendo bien establecido los canales de distribución dentro de la provincia, la probabilidad de entrada de nuevos competidores es bajo, por lo que dentro de la localidad no existe una asociación con similares características, Por ser una asociación pionera en costura dentro de la localidad de Prosperidad con estrategias que se centra en la diferenciación del producto y servicio (diseño - presentación de las confecciones y el excelente servicio brindado a los clientes). En conclusión, la pequeña producción no se señalará como riesgo, debido a que le tocarán destinar fondos para realizar una exhaustiva investigación de mercado ya que aspira enfrentarse con una marca posicionada que en el futuro tendrá prestigio, reconocimiento, credibilidad e imagen empresarial a nivel local. Y por último, la asociación podrá aplicar una publicidad agresiva y la reducción de precios como represalia por su excelente participación en el mercado, nivel alto de rentabilidad y liquidez con el fin de perturbar u ofuscar las intenciones y expectativas del nuevo competidor.

### **F4: Amenazas de productos sustitutos**

Este fuerza comprende a que el cliente puede sustituir un tipo de producto o servicio por otro, al hablar de vestimenta no hay producto sustituto sino que existe prendas de vestir con similares características, calidad diferente y otro tipo tela a precios distintos para ser más explícitos a precios bajos o superiores, es decir, cambiar la blusa por buzos, la falda por pantalones, la repuesta se centra a la necesidad del cliente, comparando precios decide comprar al que le ofrezca un

precio atractivo sin descuidar la calidad de tela y el acabado. Como se estableció en la fuerza competitiva anterior existen artesanos no agremiados que por sus características y dimensión de producción deben de ofertar sus confecciones a precio un poco más elevado. Por lo que no alteraría la demanda, ni mucho menos podría provocar un límite de precio del producto en el mercado, en definitiva, la clientela es mínima de los artesanos en costura no agremiado.

### **F5: Rivalidad entre los competidores**

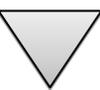
Dentro de la comuna Prosperidad existen bazares que comercializan ropa para damas, caballeros y niños de todas las edades. Sin embargo, a pesar del tamaño del negocio si se considera como competidores ya que de alguna manera inciden en las operaciones de la asociación de artesanos en costura de prosperidad, a pesar de que no exista ningún grupo empresarial con similares características. Con las estrategias de comercialización aplicadas se obtendrían buenos resultados (ventajas competitivas) como: incremento en la participación en el mercado, nivel de venta y cartera de clientes. Si bien es cierto, la competencia permite mejorar, tomar medidas correctivas y ejecutar actividades de desarrollo, es necesario estar pendiente a las exigencias del mercado, de lo que ocurra en el campo de prendas de vestir y analizando los movimientos de los rivales para sobrevivir en el mercado. Conseguir prestigio y reconocimiento sería ideal, la diferenciación en los productos y servicios es crucial a la hora de competir, si la asociación cumple su visión y se convierte en líder sería favorable ya que se aumentaría la confianza y protagonismo para competir en otros mercados. La asociación explotará eficientemente los factores productivos: capital, tierra, trabajo y conocimiento, consiguiendo la siguiente propuesta de valor:

- 1) Desarrollo de proveedores.
- 2) Explotar eficientemente los recursos (tela y demás insumos).
- 3) Proceso de comercialización (mercados cautivos).
- 4) Procesos organizativos (modelo organizativo).
- 5) Nuevos mercados. (segmento y nichos de mercado).

Con esta propuesta de valor permite desarrollar la competitividad de los asociados, alcanzar mayor capacidad de operación y de obtener rentabilidad, con el despliegue de ventajas competitivas y comparativas referentes: a través de intangibles como prestigio y reconocimiento. Así mismo, precio módicos, la marca posicionada, calidad de la prenda de vestir, diseño - presentación del producto, tecnología disponible, servicio de post venta e innovación.

#### 4.10 Proceso productivo de prendas de vestir

**CUADRO N° 19 Diagrama de Flujo de Procesos**

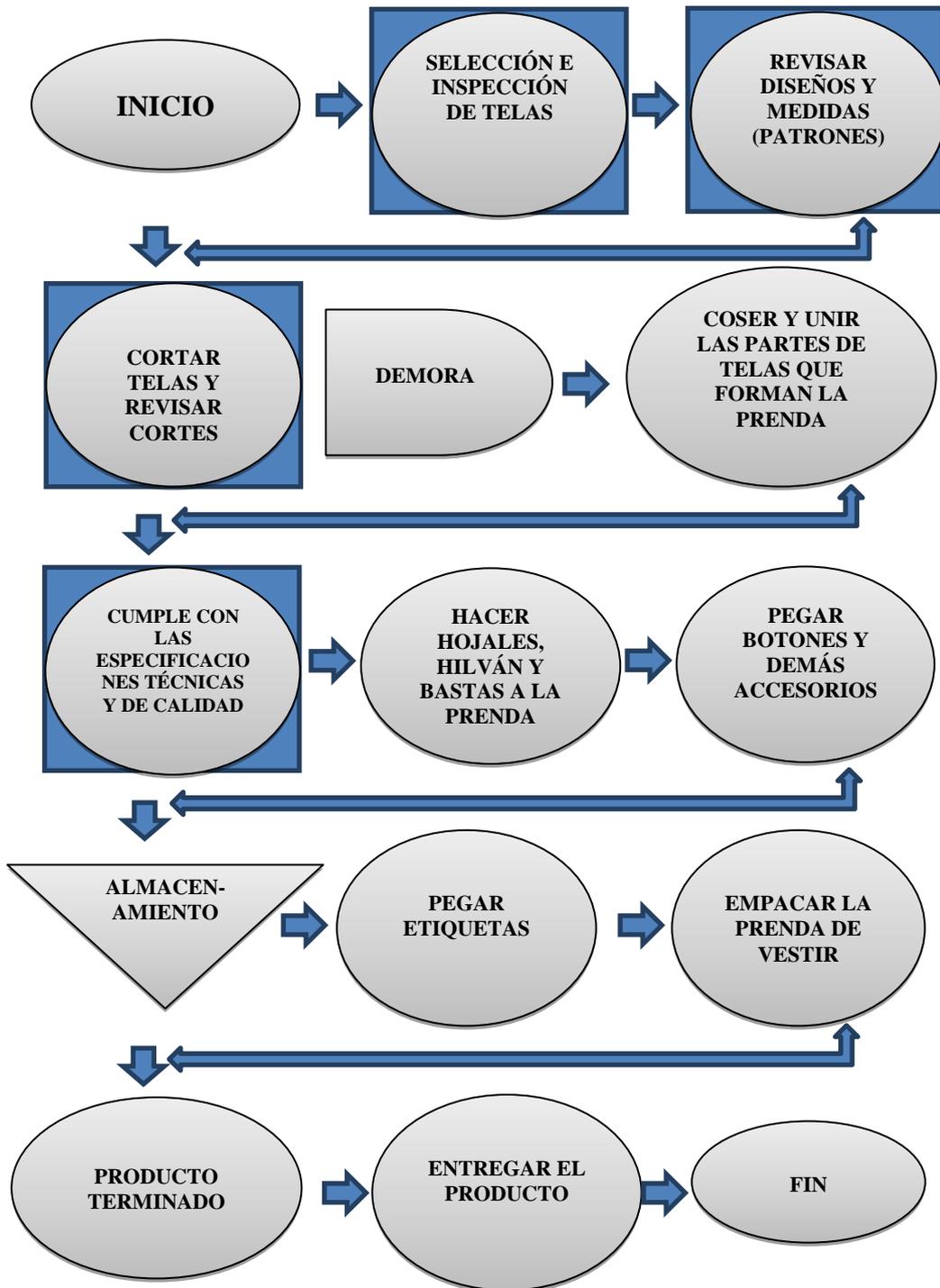
| <b>DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS</b> |   |  |
|--------------------------------------|---|--|
| <b>ACTIVIDAD</b>                     | <b>SÍMBOLO</b>  | <b>RESULTADO PREPONDERANTE</b>                                     |
| Operación                            |   | Se produce o se realiza una actividad.                             |
| Transporte                           |  | Se cambia de lugar o se mueve un material e insumo.                |
| Inspección                           |  | Se verifica la calidad y la cantidad de la materia prima o insumo. |
| Demora                               |  | Se retrasa el traslado al siguiente paso.                          |
| Almacenaje                           |  | Se guarda o se protege los materiales.                             |
| Actividad combinada                  |  | Operación combinada con una inspección.                            |

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Este diagrama de flujo de proceso de confección de prendas de vestir permite especificar las operaciones y acciones que sigue los artesanos en costura; cada prenda de vestir será elaborada con materia prima de calidad, además se prestará total cuidado en cada proceso: selección, compra, diseño, corte, confección (acabado), empaquetado; considerando los dos últimos pasos como un factor relevante, es decir, la presentación final del producto es nuestra carta de presentación.

#### 4.10.1 Diagrama de flujo de proceso productivo de prendas de vestir

GRÁFICO N° 46 Diagrama de flujo de proceso productivo de ropa



Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.  
Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

A continuación se resume el procedimiento técnico del proceso productivo por etapas para la confección de prendas de vestir de óptima calidad, a través de la cual se logra transformar materia prima (telas) a un producto terminado (prendas de vestir).

El proceso de producción consta básicamente de tres etapas bien definidas:

**La primera etapa:** Consiste en la toma de medida:

- Para blusas tiempo máximo 10 minutos.
- Para faldas tiempo máximo 5 minutos.
- Para vestidos tiempo máximo 10 minutos.

**La segunda etapa:** Corresponde a la preparación y corte donde se efectúa el cortado de la tela en función al diseño y tallas a confeccionar:

- Para blusas tiempo máximo 15 minutos.
- Para faldas tiempo máximo 10 minutos.
- Para vestidos tiempo máximo 15 minutos.

**La tercera etapa:** Comprende la confección y el armado donde se cose y se ensambla la prenda de vestir, incluyendo el empaque del producto terminado:

- Para blusas tiempo máximo 30 minutos.
- Para faldas tiempo máximo 20 minutos.
- Para vestidos tiempo máximo 40 minutos.

Es importante mencionar que existen operaciones combinadas con inspección y controles de calidad que permite garantizar la entrega del producto de acuerdo a los requerimientos exigido por el cliente (pedidos). No obstante, existe novedad al momento de que el cliente se prueba la prenda de vestir en caso del canal directo de distribución:

- En las blusas tiempo de prueba 20 minutos para el tallado y figurines.
- En las faldas tiempo de prueba 20 minutos para el tallado final.
- En los vestidos tiempo de prueba alrededor de 30 minutos.

#### 4.10.2 Descripción de los productos de los artesanos en costura

**CUADRO N° 20 Descripción de los productos**

| PRODUCTO  | DESCRIPCIÓN   | TALLAS  | ESTILO   | COLORES |
|---|---|---|--|---------|
| <p>BLUSAS</p>    | Al gusto del cliente.                               | Diferentes tallas y tallas americanas (S, M, L,.XL) | Sport. Bretel.                                 | Varios  |
| <p>FALDAS</p>    | Larga, corta, formal, tipo escolar, tipo ejecutivo. | Diferentes tallas y tallas americanas (S, M, L,.XL) | Plisadas (Tablones). Estilo A.                 | Varios  |
| <p>VESTIDOS</p>  | Al gusto del cliente                                | Diferentes tallas y tallas americanas (S, M, L,.XL) | De gala. Primaísa. Para novias y quinceañeras. | Varios  |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 21 Detalle de la producción de faldas**

| FALDAS   |  |
|--|--|
| DISEÑO   | ARMADO   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Corte recto, campana, al sesgo</li> <li>-Largo sobre la rodilla, bajo la rodilla</li> <li>-Pretina con o sin presillas, de 0.5, 1,2 y 3 cm.</li> <li>-Cierre en la parte trasera o cierre invisible en el costado.</li> <li>-Faldones al sesgo o tablones añadidos al tono o al contraste.</li> <li>-Abertura de 10 cm. en los costados, parte trasera o delantera.</li> <li>-Pliegue de la misma tela en la parte frontal.</li> <li>-Pespunte en el contorno y sesgo, cinta a tono.</li> <li>-Etiqueta y forro interior.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Piezas cortadas en forma clásica o al sesgo.</li> <li>-Hacer pinzas.</li> <li>-Pegar piezas adicionales: tablones, faldón, cintas, otros.</li> <li>-Hacer bolsillos.</li> <li>-Unir costados.</li> <li>-Pegar cierre en parte posterior, delantera o a un costado.</li> <li>-Pegar pretina.</li> <li>-Hacer ojal.</li> <li>-Pegar botón.</li> <li>-Pegar presilla.</li> <li>-Hacer vuelo.</li> </ul> |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 22 Detalle de la producción de blusas**

| <b>BLUSAS</b>   |  |
|---|--|
| <b>DISEÑO</b>   | <b>ARMADO</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-Corte corto.</li> <li>-Dos bolsillos laterales delanteros con o sin tapa (gusto del cliente).</li> <li>-Manga clásica o manga <math>\frac{3}{4}</math>.</li> <li>-Pespunte en el entorno.</li> <li>-Etiqueta interior.</li> <li>-Pinzas (Gusto del cliente).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Unir pinza delantera o trasera.</li> <li>-Preparar bolsillos (gustos del cliente).</li> <li>-Unir cortes de espalda, hombros y costado.</li> <li>-Armar cuello.</li> <li>-Unir cuello u escote.</li> <li>-Unir mangas.</li> <li>-Pespuntar contorno delantero, cuellos y tapas a 7 milímetros.</li> <li>-Pegar botones (gusto del cliente).</li> </ul> |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### **4.10.3 Política de calidad de la Asociación**

A continuación se detalla las políticas de calidad de la asociación:

**Objetivos 1:** Minimizar los costos de calidad (desperdicio, re-trabajo, re-prueba y tiempo muerto) por fallas internas (auditoria de calidad para las prendas de vestir terminadas) o fallas externas (devoluciones o reparaciones por garantía) evitando que los productos no se llegue a vender o que no satisfaga las necesidades del cliente.

**Política 1.1.** Reducir las fallas internas y externas para confeccionar prendas de vestir de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes y asociados.

**Lineamientos:**

- a) Realizar a cabalidad las actividades combinadas (operación con inspección) en el proceso productivo.
- b) Realizar los controles de calidad que permite garantizar la entrega del producto de acuerdo a los requerimientos exigido por el cliente (pedidos).
- c) Disponer de máquinas modernas para reducir tiempo en el proceso productivo.

d) Revisar los equipos y maquinarias periódicamente (cada 3 meses) para detectar fallas o averías.

**Política 1.2.** Dar mantenimiento oportuno a maquinarias y equipos, con el fin de evitar averías que puede ocasionar retraso en la producción.

**Lineamientos:**

- a) Atención por la limpieza y cuidado de las maquinarias y equipos.
- b) Destinar recursos económicos para dar el respectivo mantenimiento a las máquinas y equipos.
- c) Llevar o dar mantenimiento preventivo a las máquinas y equipos.

**Política 1.3.** Mantener personal calificado cuyo mayor activo sea la calidad humana y el buen trato a trabajadores, proveedores, intermediarios y clientes.

**Lineamientos:**

- a) Destinar recursos económicos para el desarrollo de capacitaciones.
- b) Capacitar a los artesanos en costura para desarrollar nuevas técnicas de confección con relación a las tendencias de la moda.
- c) Capacitar al personal para el desarrollo de nuevas destrezas y habilidades.
- d) Medir periódicamente (cada 3 meses) el desempeño del personal.

**Calidad en el producto**

**Objetivo 2:** Aumentar la calidad de las prendas de vestir confeccionadas para obtener una mayor participación en el mercado peninsular.

**Política 2.1.** Producir y ofertar prendas de vestir de calidad cumpliendo con las especificaciones técnicas que satisfaga las exigencias y necesidades de los clientes.

**Lineamientos.**

- a) Negociar y mantener convenios con proveedores locales para la adquisición de materia prima y materiales de óptima calidad.
- b) Aplicar el Just in time (producción Justo a Tiempo) con el lema “producir lo necesario, cuando es necesario y en la cantidad necesaria”.
- c) Confeccionar prendas de vestir aplicando técnicas y herramientas modernas en función a la logística del proceso de producción con relación al conocimiento y experiencia de los artesanos en costura.
- d) Innovar en la presentación, diseño y estilo de las prendas de vestir confeccionada para estar a la vanguardia con las tendencias de la moda.
- e) Revisar las prendas de vestir antes de empacar para su respectiva entrega.
- f) Cumplir con las especificaciones de los clientes (pedidos).
- g) Ofertar prendas de vestir con un buen acabado y diseño innovador manteniendo la tendencia actual.
- h) Realizar evaluaciones constantes en las etapas del proceso productivo en un lapso de tiempo determinado (cada 3 meses), con el fin de coordinar operaciones y preservar el entorno laboral (cultura de mejora continua).

**Calidad en el servicio**

**Objetivo 3:** Mejorar de forma continua el sistema de gestión de calidad para que los servicios prestados sean cada vez más eficientes y eficaces.

**Política 3.1.** Diseñar medidas de control preventivo con la finalidad de conseguir la continuidad en la calidad de servicio.

**Lineamientos:**

- a) Planificar correctamente y estratégicamente las actividades de marketing.
- b) Establecer la gestión de marketing mix.

- c) Mantener contacto directo con el cliente buscando su satisfacción para que hablen bien de la asociación (comunicación boca boca).
- d) Cumplir con la garantía y obligaciones contractuales.
- e) Realizar estudios de calidad de servicio y de satisfacción del cliente externo a través de encuestas con ítems condicionada a una escala de respuesta de 1 a 10.
- f) Aplicar técnicas para medir la satisfacción de clientes como el Focus Group que permita detectar deseos y necesidades de los clientes potenciales.
- g) Evitar los reclamos o quejas de los clientes en relación al producto y servicio.
- h) Implementar el servicio de recepción de quejas, reclamos y buzones de sugerencias de los clientes.
- i) Reorientar los planes y estrategias a través de una investigación de mercado.

**Política 3.2.** Prestar un servicio de calidad con una gestión eficiente y eficaz direccionado a la satisfacción de nuestros clientes internos y externos,

**Lineamientos:**

- a) Lograr un ambiente deseable con atmósfera agradable (punto de encuentro cliente - servicio).
- b) Conocer los gustos de los clientes en torno a prendas de vestir.
- c) Definir estrategias del servicio de forma clara y precisa.
- d) Mantener buenas relaciones con los clientes para lograr su fidelización.
- e) Ofrecer un servicio personalizado y especializado (pre-venta, venta y post venta).
- f) Recibir al cliente con una actitud positiva demostrando los valores institucionales.
- g) Cumplir con las exigencias, expectativas y requerimientos de los clientes.
- h) Ser flexibles y adaptarnos a las necesidades de los clientes.

La política de calidad será revisada periódicamente para asegurar el cumplimiento de la misión y a la vez, será comunicada a todos los trabajadores y colaboradores de la asociación. Lo que se pretende alcanzar es un sólido sistema de calidad (estructura organizativa, procesos, procedimientos y recursos); con la eficiente

gestión de calidad (seguir un proceso constante de planificar, actuar, evaluar y mejorar) para ganar rentabilidad, sentido de pertenencia del personal, mayor participación en el mercado y una imagen empresarial reconocida en la provincia de Santa Elena.

#### 4.10.4 Cantidad de telas

**CUADRO N° 23 Cantidad de telas**

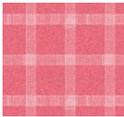
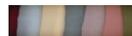
| Producto | Tipos de tela                                    | Cantidad requerida | Precio (por metro)            | Lugar de compra                                  | Observación   |
|----------|--|--------------------|-------------------------------|--|---|
| Blusa    | Oxford, Acetato, Lycra, Chalís, Granvino, otros. | 75 cm.             | \$ 4,50<br>\$ 5.00<br>\$ 5.00 | Cañonazo I<br>Cañonazo II<br>Comercial El Regalo | -Considerar la distancia de largo de la manga deseada y el espacio correspondiente para la costura.   |
| Falda    | Oxford, Lino, Aruba, Gasa, Georgette.            | 60 cm.             | \$ 6.00<br>\$ 6.00            | Cañonazo I<br>Cañonazo II<br>Comercial El Regalo | -La medida de largo de la falda más los centímetros deseados para la costura (ambos al gusto de la mujer).  |
| Vestido  | Acetato, Crepé, Franela Podesua, Gasa, Chalís.   | 200 cm.            | \$ 5.00                       | Cañonazo I<br>Cañonazo II<br>Comercial El Regalo | Largo del vestido considerando si se va a hacer con corte a la cintura o sin corte a la cintura y por su puesto el largo de la manga con manga larga o manga corta. |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**Nota:** La cantidad de tela varía dependiendo del tipo de producto y sus características:

**CUADRO N° 24 Tipos de telas**

| <b>TELA</b>  | <b>COMPOSICIÓN</b>  | <b>USO</b>  | <b>OBSERVACIÓN</b>  |
|--|---|---|---|
| Oxford<br>              | Fabricado con 100% de algodón o 70% algodón y 30% poliéster.  | Blusas, faldas, chaquetas y ropa deportiva.               | Tela de gran resistencia y durabilidad. Ideal para uniforme de instituciones.   |
| Acetato<br>             | Tela artificial, material resistente y con apariencia de seda, fabricada con hilos de fibra de acetato de celulosa.   | Blusas, vestidos y lencería.                              | No se encoge, no se arruga, no destiñe. Fácil conservar. Al momento de planchar tener especial cuidado.                           |
| Crepé<br>               | Contextura delgada, plana y liviana de seda, algodón, lino y con fibras de poliéster.   | Vestidos de todo tipo (largos), trajes y abrigo.          | Tela con apariencia áspera y arrugada. Las irregularidades del tejido hacen que no se pueda estampar ni utilizar su lado reverso. |
| Franela (Lanilla)<br>   | Contextura suave y plana. Tipos: Francesa tiene sarga y una ligera lanilla; de Gamuza tiene lanilla en ambos lados y las fibras se acortan; Villela tejido de sarga hecho a lana, algodón y poca lanilla. | Vestidos, faldas, camisetas, sábanas, trajes y chaquetas. | Tela suave con superficie resplandeciente.  |
| Gasa<br>              | Poco peso y plana hecha de algodón o lana.  | Vestidos, blusas, túnicas y cortinas.                     | Tela traslúcida, semi-transparente y liviana.   |
| Georgette<br>         | Contextura plana hecho con seda sintética.  | Vestidos y blusas.  | Tela nítida, delgada, semi-transparente, liviana y duradera.  |
| Podesua<br>           | Fabricada con 100% poliéster.   | Vestido de novia.   | Tela exclusiva para la elaboración de vestidos de novias.   |
| Lino<br>              | Tejido natural hecho de las fibras más larga de la planta de lino. Tiene propiedades de absorbencia.  | Vestidos, blusas, faldas, manteles y ropa de cama.        | Tela durable, resistente y versátil.  |
| Aruba o Gabardina<br> | Tejido de algodón, lana o fibra sintética, caracterizada por tener una cara lisa y una acanalada en diagonal. 65% poliéster y 35% rayón.  | Falda y abrigo.   | Tela impermeable al aire y al agua. Suave al tacto, resistente y duradera. Difícil de planchar brilla con su uso.                 |
| Lycra<br>             | Hecha de fibra sintética con mezcla de otras fibras.  | Blusas.   | Tela de elasticidad, durable y resistente   |
| Chalís<br>            | Hecho de lana.  | Blusas, vestidos, corbatas, kimonos y ropa deportiva.     | Tela liviana y suave.   |

**Fuente:** <http://www.todotelas.cl/definicion-telas.htm>.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### 4.10.5 Etiqueta, logo y slogan

La asociación se presentará visualmente con la siguiente etiqueta, logo y slogan:

**GRÁFICO N° 47 Etiqueta**



**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 48 Logo**



**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

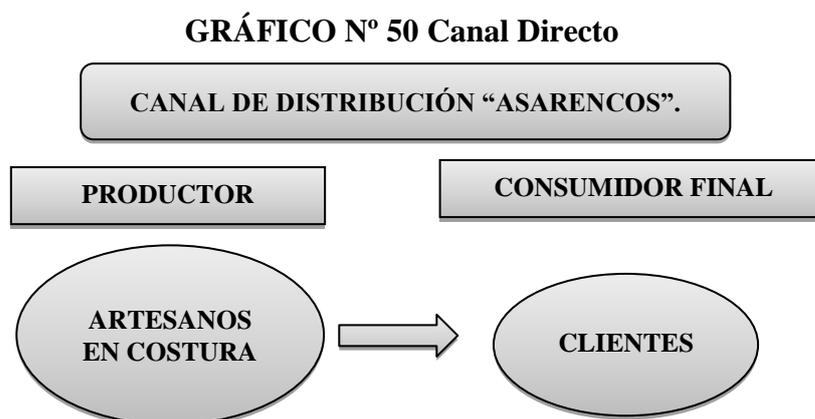
**GRÁFICO N° 49 Slogan**



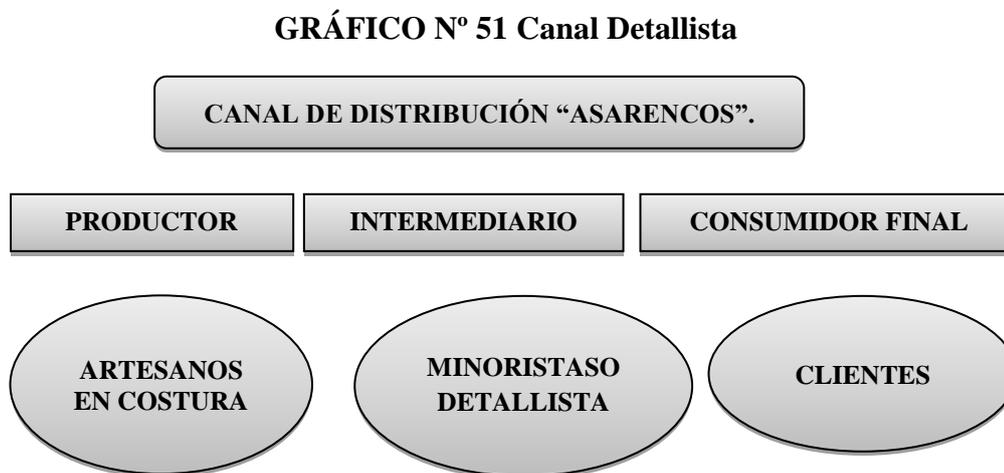
**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### 4.11 Canales de distribución de la Asociación

Los canales de distribución aplicados por la asociación se detallan a continuación:



**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.



**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**Nota:** En este caso, para escoger el correcto canal de distribución se debe considerar el alcance de cobertura del intermediario "minorista" que son los propietarios de negocios o locales comerciales situados en zonas estratégicas a nivel provincial.

#### **4.11.1 Puntos de Ventas**

A continuación se establece los aspectos a considerar y que son fundamentales para la determinación y fijación de los puntos de ventas de la asociación:

- Análisis de nuestro público objetivo (mujeres), donde y cuando suelen comprar ropa.
- Análisis de los competidores (otros artesanos en costura no agremiados), cuáles son sus puntos de ventas y que valor agregado brinda a sus clientes.
- Lugares visitados con frecuencia de los clientes potenciales.
- Capacidad de abastecimiento y los medios adecuados para hacer llegar la prenda de vestir en buenas condiciones de manera oportuna a las manos del cliente o consumidor final.
- Posibilidad de probar puntos de ventas para conocer la respuesta o la acogida de cada prenda de vestir.

Los puntos de ventas de la asociación dentro de la provincia de Santa Elena utilizados para la venta de las confecciones de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad serán:

- Locales comerciales dentro del Centro Comercial Buenaventura Moreno.
- Locales comerciales cercanas al Centro Comercial Buenaventura Moreno.
- Bazares o tiendas que expendan ropa en la comuna Prosperidad, Tambo y la Parroquia San José de Ancón.

#### **4.11.2 Estrategias de Ventas**

Las estrategias de ventas aplicadas por la asociación para dar a conocer y ganar espacio dentro del mercado peninsular son las siguientes:

- **Visitas empresariales:** Realizar visitas a tiendas, bazares, boutiques, locales (clientes potenciales) que expendan ropa, con el propósito de incrementar el número de clientes.
- **Comercio electrónico:** Una forma de hacer publicidad es mediante el uso del Internet, es decir, crear nuestra página web, redes sociales como el Facebook y el twitter, donde se podrá exponer información relevante referente a diseños, presentaciones, tipos y características de cada prenda de vestir, realizar cotizaciones, ofrecer alternativas o nuevos modelos de vestimenta (ropa femenina).
- **Imagen corporativa:** Los directivos y asociados transmitirá al cliente los valores y políticas institucionales.
- **Fidelización del cliente:** Crear lealtad de los clientes a la asociación, es una tarea de cada integrante, siendo menester que cada asociado esté involucrado permanentemente con las operaciones del negocio.
- **Calidad en atención al cliente:** Esta se logrará con la combinación de valores como: respeto mutuo, cordialidad, solidaridad, compromiso entre otros elementos como: comunicación efectiva, habilidades y cualidades de un buen vendedor desarrolladas mediante capacitaciones.

#### **4.12 Componentes estratégicos**

Los componentes estratégicos fueron socializado y aprobado por los artesanos en costura miembros de la asociación.

#### **4.12.1 Filosofía empresarial**

La asociación de artesanos en costura de Prosperidad “ASARENCOS” tiene como filosofía empresarial la eficiencia productiva, calidad y generación de valor en cada etapa del proceso productivo de prendas de vestir y lo más importante brindar un trato amable a los clientes y visitantes.

#### **4.12.2 Misión**

La asociación de artesanos en costura de Prosperidad “ASARENCOS” tiene como misión producir y comercializar prendas de vestir de calidad con diseños innovadores para el público femenino, fomentando el desarrollo de la matriz productiva de la provincia, mediante la productividad del talento humano y tecnológico; con el fin de satisfacer las exigencias y requerimientos de los clientes en base a responsabilidad social, aportando en el progreso de la provincia de Santa Elena.

#### **4.12.3 Visión**

La asociación de artesanos en costura de Prosperidad “ASARENCOS” tiene como visión ser una institución reconocida a nivel provincial en el campo textil, gracias a una excelente participación en el mercado local y la cooperación colectiva de sus integrantes, actuando con responsabilidad social y moral, contribuyendo en el desarrollo sustentable y sostenible de la provincia de Santa Elena.

#### **4.12.4 Valores institucionales**

Para una mejor percepción y funcionalidad de las actividades de la asociación se ha desarrollado y fijado una serie de valores institucionales, y éstas son:

- **Responsabilidad:** Cada asociado debe estar relacionado y está inmerso en la cuestión de compartir riesgos y costos; demostrar su sentido de pertenencia y alto grado de responsabilidad para la consecución de los objetivos trazados.

- **Solidaridad:** Ayudar desinteresadamente a los demás artesanos en costura y contribuir para el cumplimiento de las tareas encomendadas.
- **Integración:** Trabajar siempre en equipo respetando y promoviendo una cultura de integración.
- **Cooperación:** Trabajar en equipo y compartir conocimientos y experiencias en las actividades a desarrollar y colaborar para que estos se cumplan con normalidad.
- **Compromiso:** Cada asociado debe involucrarse integralmente a las actividades y operaciones de la asociación y por ende, al logro de los objetivos establecidos.
- **Calidad:** Producir prendas de vestir con tela de buena calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes.
- **Respeto mutuo:** No denigrar a ningún integrante de la asociación, ya sea por diferencias sociales, religiosas, tendencia política, color de piel, etc.
- **Equidad:** Igualdad de oportunidades para los asociados para expresar su criterio, opinión, pensamiento y perspectiva en cada una de las iniciativas.
- **Transparencia:** Toda actividad a desarrollar se debe desarrollar con claridad y transparencia. Por lo tanto, se comunicará a los miembros para que ellos apruebe o desapruebe tal acción, además se rendirán cuentas en las reuniones de trabajo ante ellos mismos y a terceros de ser el caso.
- **Liderazgo:** Capacidad del líder para influir, despertar el interés, motivar e incentivar a los demás a triunfar siempre para lograr los objetivos y metas institucionales orientadas al bien común.
- **Mejoramiento continuo:** Buscar nuevas formas de trabajo para la realización de actividades (comprar, producir, distribuir y comercializar).
- **Responsabilidad social empresarial:** Capacidad de respuesta de la asociación ante los efectos de sus acciones hacia las diferentes instituciones con que se relacionen y a la sociedad en general, por orientarse a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus asociados; procurando el cuidado del entorno empresarial.

#### **4.12.5 Políticas institucionales**

Las políticas institucionales de la asociación se establecieron en base a valores y principios fomentando valores éticos, morales y la práctica de buenas relaciones interpersonales para mantener la integración conjunta de los asociados.

##### **Orientación:**

- Promover la asociatividad y el trabajo en equipo.
- Los integrantes tiene la responsabilidad de atender al cliente con cordialidad y respeto.
- Fomentar la buena práctica de relaciones interpersonales y comunicación efectiva.
- Socializar ideas, opiniones que contribuya al desarrollo de las operaciones, con el fin de impulsar un mejoramiento continuo.
- Practicar los valores instituciones establecidas.

##### **Trabajo:**

- Realizar un trabajo de excelencia, generando valor (asegurarse que todo se haga correctamente) en cada proceso productivo; minimizando los errores.
- Mantener una efectiva comunicación con los asociados para evitar disturbio o la mala transferencia de información para buscar mejores soluciones a los inconvenientes que se puedan suscitar.
- Implementar estrategias para el abastecimiento de materia prima e insumos y para el buen funcionamiento de las operaciones del proceso productivo.
- Realizar evaluaciones constantes en los procesos productivos en determinado lapso de tiempo (cada 3 meses), con el fin de coordinar operaciones y preservar el entorno laboral.

##### **Capacitación:**

- Desarrollar las capacidades y destrezas de los asociados (artesanos en costura) mediante capacitaciones.

## 4.12.6 Matrices estratégicas

### 4.12.6.1 Matriz FODA

CUADRO N° 25 FODA

| INTERNO  | EXTERNO   |
|--|---|
| FORTALEZAS   | OPORTUNIDADES   |
| Personal con conocimiento y experiencia.<br>Diversificación del producto y servicios.<br>Calidad del producto.<br>Precio accesible de las prendas de vestir.<br>Estructura organizacional<br>Comunicación efectiva<br>Sentido de pertenencia.<br>Máquinas y equipos modernos | Acceso a nuevos nichos de mercado.<br>Desarrollo de nuevos productos y servicios (venta por catálogo).<br>Contactos con nuevos clientes<br>Alianzas estratégicas con proveedores.<br>Acceso a capacitaciones.<br>Acceso a financiamiento.<br>Adquisición de nuevas tecnologías. |
| DEBILIDADES  | AMENAZAS  |
| Estrategias de ventas.<br>Estrategias de marketing.<br>Valor agregado al producto.<br>Métodos de trabajo.<br>Infraestructura física.<br>Capital.   | Escasez de materia prima<br>Inflación.<br>Inestabilidad económica del país.<br>Cambios en la legislación actual.<br>Artesanos en costura no agremiados en el sector.<br>Aparición de empresa de la misma actividad.   |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### Análisis Interno:

##### Fortalezas:

**Personal con conocimiento y experiencia:** Los artesanos en costura tienen los conocimientos y experiencias necesarias para la elaboración de prendas de vestir, cumpliendo con las exigencias de los clientes ya que se prepararon en instituciones como la Academia Sofía Garaicoa situada en el cantón Santa Elena.

**Diversificación del producto y servicios:** Los artesanos en costura elaboran distintos tipos de vestiduras: ropa formal, casual y deportiva para todos eventos sociales. Tales como: blusas, faldas, vestidos, pantalones camisas, camisetas, ropa deportiva, short, uniformes, cortinas, sábanas, otros.

**Calidad del producto:** La calidad del producto está vinculada estrechamente con la calidad de la materia prima y de los insumos, a más del trabajo eficiente de los artesanos en costura.

**Precio accesible de las prendas de vestir:** Los precios de las prendas de vestir son asequibles, cabe recalcar que va en función a la demanda, características y exigencias del producto. Las personas que más requieren el servicio de los artesanos en costura son los propios habitantes, las escuelas, clubes deportivos de la comuna Prosperidad y de sus alrededores.

**Estructura organizacional:** La asociación cuenta con un organigrama institucional donde se detalle las principales dignidades, especificando sus funciones que viabilice el éxito de futuros proyectos.

**Comunicación efectiva:** La comunicación es un aspecto crucial, los artesanos en costura mantienen una comunicación efectiva y practica la transferencia de información de forma positiva, toda actividad se realiza en forma conjunta y con el consentimiento de todos los asociados.

**Sentido de pertenencia:** Este es una aptitud individual e indispensable para que el modelo asociativo funcione y muestre una sostenibilidad duradera, promoviendo el compromiso y responsabilidad de todos.

**Máquinas y equipos modernos:** La existencia de estas modernas máquinas de costura (industriales o semi-industriales) permite reducir el tiempo de trabajo e influyen en las aspiraciones y objetivos de los artesanos en costura.

#### **Debilidades:**

**Estrategias de ventas:** Estas estrategias inciden en los niveles de ventas de las prendas de vestir confeccionadas, hay que coordinar acciones o promociones que sean atractivas y duraderas con la finalidad de mejorar la competitividad de los artesanos en costura.

**Estrategias de marketing:** Estas deben ser innovadoras y creativas para captar la atención de los clientes, es recomendable aplicar las estrategias de marketing pero por período de tiempo establecido.

**Valor agregado al producto:** Los artesanos en costura se preocupan por brindar un servicio de calidad, para el cual es necesario la innovación en el servicio y en el producto, conforme a las tendencias actuales en lo que respecta a bordados y a un mejor acabado.

**Métodos de trabajo:** La metodología de trabajo se debe fortalecer para optimizar recursos y reducir tiempo de espera para llegar a la efectividad y productividad deseada, particularmente los resultados del trabajo en equipo se visionan y satisfacen a las necesidades de los artesanos en costura y por ende de sus clientes.

**Infraestructura física:** La sede o un lugar de trabajo es una razón de ingente relevancia, se busca las alternativas de apoyo para su construcción que sirva como instalaciones para la fabricación de prendas de vestir.

**Capital:** Este recurso es imprescindible para la realización y ejecución de proyectos sustentables y sostenibles en el tiempo en pro del desarrollo de la asociación y de la comunidad en general.

#### **Análisis Externo:**

##### **Oportunidades:**

**Acceso a nuevos nichos de mercado:** Con la insignia de la asociación se puede lograr difundir las prendas de vestir que confeccionan los artesanos en costura a otros nichos de mercados dentro de la provincia de Santa Elena.

**Desarrollo de nuevos productos y servicios:** Con la participación colectiva, la experiencia y la chispa de creatividad de los artesanos en costura se puede crear nuevos diseños de ropa para estar a la vanguardia del mercado.

**Contactos con nuevos clientes:** Estos es primordial en el mundo de los negocios, la relación con nuevos grupos de potenciales clientes, actividad que permitirá mejorar el volumen de venta de las prendas de vestir confeccionadas.

**Alianzas estratégicas con proveedores:** Es favorable mantener convenios y buscar nuevos proveedores locales, debido a la demanda existente en el mercado.

**Acceso a capacitaciones:** Las capacitaciones son esenciales y de gran utilidad para los artesanos en costura. Conforme se incrementa su nivel de conocimiento en este arte y en otras áreas mayor será la interesa, amor al trabajo y lo más importante la productividad.

**Acceso a financiamiento:** En un futuro se logrará acceder a créditos de instituciones bancarias o gubernamentales que fomente el sector productivo - artesanal para nuevas inversiones que permita la buena marcha de las operaciones de los artesanos en costura.

**Adquisición de nuevas tecnologías:** La innovación tecnología permite y da apertura a la producción en serie o a gran escala, lo cual es un aspecto positivo para la asociación y en especial para los artesanos en costura.

#### **Amenazas:**

**Escasez de materia prima e insumos:** La materia prima es fundamental, existe tipos de telas que no se encuentra con facilidad en función a la alta demanda de las mismas por empresas o casas deportivas existentes en el mercado peninsular.

**Inflación:** Este indicador económico provoca secuelas negativas que restringen el consumo del servicio y la compra de prendas de vestir. A pesar de ser considerado la ropa como una de las necesidades básicas del ser humano.

**Inestabilidad económica del país:** La crisis económica ocasiona un paulatino crecimiento y perjudica a los habitantes en general, el movimiento económico se centra y se torna con limitaciones dentro de la dinámica comercial.

**Cambios en la legislación actual:** Las leyes actuales relacionado con el sector artesanal es gratificante pero existe la posibilidad de estipulaciones o promulgaciones que de cierto modo afectaría a los grupos involucrados.

**Artesanos en costura no agremiados en el sector:** Se considera una amenaza a los artesanos en costura que no pertenecen a ninguna asociación o gremio como competencia de forma individual.

**Aparición de empresa de la misma actividad:** Sin duda alguna, la competencia es una razón para hacer cambios en las estrategias comerciales y en los procesos productivos.

#### 4.12.6.2 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

**CUADRO N° 26 MEFI**

| Factores determinantes de éxito              | Peso        | Calificación | Peso Pond.  |
|--|-------------|--------------|-------------|
| <b>Fortalezas</b>                            |             |              |             |
| 1. Personal con conocimiento y experiencia   | 0.08        | 4            | 0.32        |
| 2. Diversificación de productos y servicios  | 0.08        | 3            | 0.24        |
| 3. Calidad del producto                      | 0.08        | 4            | 0.32        |
| 4. Precio accesible de las prendas de vestir | 0.08        | 3            | 0.24        |
| 5. Estructura organizacional                 | 0.07        | 4            | 0.28        |
| 6. Comunicación efectiva                     | 0.07        | 3            | 0.21        |
| 7. Sentido de pertenencia                    | 0.07        | 3            | 0.21        |
| 8. Máquinas y equipos modernos               | 0.07        | 4            | 0.28        |
| <b>Debilidades</b>                           |             |              |             |
| 1. Estrategias de ventas                     | 0.06        | 2            | 0.12        |
| 2. Estrategias de marketing                  | 0.06        | 2            | 0.12        |
| 3. Valor agregado al producto                | 0.06        | 2            | 0.12        |
| 4. Método de trabajo                         | 0.07        | 2            | 0.14        |
| 5. Infraestructura física                    | 0.07        | 1            | 0.07        |
| 6. Capital                                   | 0.08        | 2            | 0.16        |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>1.00</b> |              | <b>2.83</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Evaluando los factores internos: fortalezas y debilidades de la asociación, como resultado se obtuvo un valor de 2.83 como peso ponderado superior al valor promedio de 2.5, que interpretando por ser mayor, se concluye que internamente es fuerte.

#### 4.12.6.3 Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

CUADRO N° 27 MEFE

| Factores determinantes de éxito               | Peso        | Calificación | Peso Pond.  |
|---|-------------|--------------|-------------|
| <b>Oportunidades</b>                          |             |              |             |
| 1. Acceso a nuevos nichos de mercado          | 0.10        | 3            | 0.3         |
| 2. Desarrollo de nuevos productos             | 0.08        | 4            | 0.32        |
| 3. Contactos con nuevos clientes              | 0.10        | 4            | 0.4         |
| 4. Alianzas estratégicas con proveedores      | 0.10        | 3            | 0.3         |
| 5. Acceso a capacitaciones                    | 0.07        | 3            | 0.21        |
| 6. Acceso a financiamiento                    | 0.09        | 3            | 0.27        |
| 7. Adquisición de nuevas tecnologías          | 0.07        | 3            | 0.21        |
| <b>Amenazas</b>                               |             |              |             |
| 1. Escasez de materia prima                   | 0.05        | 1            | 0.05        |
| 2. Inflación                                  | 0.06        | 1            | 0.06        |
| 3. Inestabilidad económica del país           | 0.05        | 1            | 0.05        |
| 4. Cambios en la legislación actual           | 0.05        | 1            | 0.05        |
| 5. Artesanos no agremiados en el sector       | 0.10        | 3            | 0.3         |
| 6. Aparición de empresa de la misma actividad | 0.08        | 2            | 0.16        |
| <b>TOTAL</b>                                  | <b>1.00</b> |              | <b>2.68</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Evaluando los factores externos: oportunidades y amenazas de la asociación, indica que el resultado alcanzó un peso ponderado de 2.68, que de acuerdo a los criterios de decisión se sitúa en el indicador o en la categoría entre 4.0 y 2.5; revela que las estrategias aplicadas aprovecha las oportunidades y minimiza los efectos de las amenazas.

#### 4.12.6.4 Matriz Estratégica FODA

Con esta matriz se pretende identificar las estrategias pertinentes, potencializar las fortalezas, aprovechar las oportunidades y corregir las debilidades y neutralizar las amenazas.

**CUADRO N° 28 Matriz Estratégica Foda**

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>EXTERNO</b><br><br><br><br><br><br><br><br><br><br><b>INTERNO</b>   | <b>OPORTUNIDADES</b><br><b>1.</b> Acceso a nuevos nichos de mercado.<br><b>2.</b> Desarrollo de nuevos productos y servicios.<br><b>3.</b> Contactos con nuevos clientes.<br><b>4.</b> Alianzas estratégicas con proveedores.<br><b>5.</b> Acceso a capacitaciones.<br><b>6.</b> Acceso a financiamiento.<br><b>7.</b> Adquisición de nuevas tecnologías.  | <b>AMANAZAS</b><br><b>1.</b> Escasez de materia prima.<br><b>2.</b> Inflación.<br><b>3.</b> Inestabilidad económica del país.<br><b>4.</b> Cambios en la legislación actual.<br><b>5.</b> Artesanos en costura no agremiados en el sector.<br><b>6.</b> Aparición de empresa de la misma actividad.   |
|  | <b>FORTALEZAS</b><br><b>1.</b> Personal con conocimiento y experiencia.<br><b>2.</b> Diversificación del producto y servicios.<br><b>3.</b> Calidad del producto.<br><b>4.</b> Precio accesible de las prendas de vestir.<br><b>5.</b> Estructura organizacional.<br><b>6.</b> Comunicación efectiva.<br><b>7.</b> Sentido de pertenencia<br><b>8.</b> Máquinas y equipos modernos.  | <b>ESTRETEGIA (FO)</b><br><b>1-2</b> Crear nuevos modelos de prendas de vestir gracias al talento humano.<br><b>2-1</b> Aumentar la cuota de mercado con la diversificación de productos y servicios.<br><b>7-4</b> Establecer nuevas alianzas estratégicas con proveedores mediante el sentido de pertenencia.<br><b>8-2</b> Crear nuevos modelos de prendas de vestir con el uso de la maquinarias disponibles. |
| <b>DEBILIDADES</b><br><b>1.</b> Estrategias de ventas.<br><b>2.</b> Estrategias de marketing.<br><b>3.</b> Valor agregado al producto.<br><b>4.</b> Métodos de trabajo.<br><b>5.</b> Infraestructura física.<br><b>6.</b> Capital. | <b>ESTRATEGIAS (DO)</b><br><b>1-5</b> Acceder a capacitaciones para aplicar innovadoras estrategias de ventas.<br><b>2-5</b> Acceder a capacitaciones para aplicar innovadoras estrategias de marketing.<br><b>3-7</b> Adquirir nuevas tecnologías para crear valor agregado al producto.<br><b>4-5</b> Acceder a capacitaciones para mejorar el método de trabajo.<br><b>6-3</b> Aumentar el capital con la firma de contratos con nuevos clientes. | <b>ESTRATEGIAS (DA)</b><br><b>2-5</b> Informar a la comunidad y a microempresarios de la calidad y diversificación de los productos ofertados.<br><b>4-6</b> Cambiar el método de trabajo para crear barreras de entrada a nuevos competidores.<br><b>6-1</b> Obtener capital para el abastecimiento oportuno de materia prima.   |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

En la matriz estratégica FODA se visualiza las estrategias que se va a desarrollar, de acuerdo a las necesidades detectadas en los juegos de roles y mesas participativas; las cuales contribuyen a dar solución a las penurias de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

#### 4.12.6.4.1 Estrategia crecimiento (FO)

**CUADRO N° 29 Estrategias de Crecimiento**

| ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO (FO)   |   |  |  |   |
|--|---|--|--|---|
| OBJ. ESTRAT.   | ESTRATEGIA  | ACTIVIDAD                                      | TAREA  | CONTROL   |
| Lograr aumentar un 5% de la cuota de mercado con la introducción de prendas de vestir con diseño innovador y a precios accesibles. | Crear nuevos modelos de prendas de vestir gracias al talento humano y con el uso de maquinas y equipos disponibles. | Trabajar en equipo.                            | Trabajar de acuerdo a su habilidades o especialización.  | Nivel de productividad y rentabilidad.                  |
|  |   | Producir a gran escala manteniendo la calidad. | Producir prendas de vestir con MP e insumos de calidad.  |   |
|  |   |  | Invertir en maquinarias necesarias para la producción.   |   |
|  | Aumentar la cuota de mercado con la diversificación de productos y servicios.                                       | Diversificar los productos y servicios.        | Brindar al cliente la opción de escoger los colores de las prendas de vestir.                        | Determinar el nivel de satisfacción de los compradores. |
|  |   |  | Identificar gustos y preferencias de los clientes para la definición de atributos o características. |   |
|  | Búsqueda de nuevos clientes   | Visitar a microempresarios que expenda ropa.   | Identificar diferentes grupos de posibles compradores.   | Número de clientes captados.                            |
|  | Establecer nuevas alianzas estrategicas con proveedores mediante convenios.   | Aumentar el compromiso de los socios.          | Socializar la estructura de los convenios.   | Sistema de evaluación y selección de proveedores.       |
|  |   |  | Negociar con proveedores locales.  |   |
| Evaluar y negociar con proveedores a nivel provincial que brinda un mayor rendimiento.   |   |  |  |   |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### 4.12.6.4.2 Estrategias preservación (DO)

**CUADRO N° 30 Estrategias de Preservación**

| ESTRATEGIA DE PRESERVACIÓN (DO)  |  |   |   |   |
|--|--|---|---|---|
| OBJ. ESTRAT.   | ESTRATEGIA   | ACTIVIDAD   | TAREA   | CONTROL   |
| Incrementar la competitividad y productividad aplicando estrategias innovadoras de marketing y ventas. | Acceder a capacitaciones para aplicar innovadoras estrategias de marketing y ventas. | Gestionar capacitaciones con instituciones de apoyo externo | Visitar a las instituciones de apoyo - Centro de Desarrollo empresarial y apoyo al Emprendimiento situado en la UPSE. | Número de artesanos en costura capacitados.                                     |
|  | Adquirir nuevas tecnologías para crear valor a las prendas de vestir.                | Adquirir financiamiento                                     | Buscar financiamiento y apoyo de instituciones del Gobierno.  | Tabla de amortización del préstamo bancario.                                    |
|  |  |   | Acceder a créditos financieros (CFN o BNF).   |   |
|  | Acceder a capacitaciones para mejorar el método de trabajo.                          | Gestionar capacitaciones con instituciones de apoyo externo | Visitar a las instituciones de apoyo - Centro de Capacitación SECAP.  | Número de artesanos en costura capacitados.                                     |
| Aumentar le capital con la firma de contratos con nuevos clientes.                                     | Firmar contratos con nuevos clientes.  | Firmar contratos con nuevos clientes.                       | Buscar grupos de potenciales clientes.  | Número de contratos firmado -<br>Porcentaje de incremento en el capital social. |
|  |  |   | Promocionar la oferta en base a la capacidad de producción.   |   |
|  |  |   | Firma del contrato o acuerdo de cooperación.  |   |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### 4.12.6.4.3 Estrategias comportamiento (FA)

**CUADRO N° 31 Estrategias de Comportamiento**

| ESTRATEGIA DE COMPORTAMIENTO (FA)   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
| OBJ. ESTRAT.  | ESTRATEGIA  | ACTIVIDAD   | TAREA  | CONTROL   |
| Captar nuevos mercados mediante canales de distribución para el incremento de las ventas. | Crear una barrera de entrada a nuevos competidores con la diversificación de productos y el despliegue de nuevos servicios.                         | Incrementar el poder de negociación con proveedores a nivel provincial. | Investigar la variedad de productos y servicios que ofrece cada proveedor.                                 | Sistema de evaluación y selección de proveedores.   |
|   |   |   | Evaluar y negociar con proveedores a nivel provincial que brinden un mayor rendimiento.                    |   |
|   |   | Producir a gran escala manteniendo la calidad.                          | Producir prendas de vestir con MP e insumos de calidad.  | Nivel de productividad y rentabilidad.  |
|   |   |   | Invertir en maquinarias necesarias para la producción.   |   |
|   | Reducir el impacto de la presencia de artesanos en costura no agremiado con la venta de las prendas de vestir a precios accesibles para el cliente. | Distribución intensiva y selectiva.                                     | Investigar, localizar y negociar con los canales de distribución de ropa más visitados a local.            | Número de convenios o acuerdos de cooperación.  |
|   |   |   | Investigar, localizar y negociar con los canales de distribución de ropa más visitados a nivel provincial. |   |
|   |   | Introducir nuevos servicios adicionales para el cliente.                | Diseñar un nuevo empaque innovador.  | Número de clientes captados.<br>- Determinar el nivel de satisfacción de los compradores. |
|   |   |   | Ofrecer al cliente el servicio de entrega a domicilio.   |   |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### 4.12.6.4.4 Estrategias de cambio (DA)

**CUADRO N° 32 Estrategias de Cambios**

| ESTRATEGIA DE CAMBIO (DA)   |  |   |   |   |  |
|---|--|---|---|---|--|
| OBJ. ESTRAT.  | ESTRATEGIA   | ACTIVIDAD                               | TAREA   | CONTROL   |  |
| Incrementar la participación en el mercado con la innovación y especialización para ser reconocido por el público peninsular. | Posicionar la calidad y diversificación de las prendas confeccionadas. | Definir canales de distribución.        | Producir prendas de vestir con diseño innovador a precio módico.                      | Volumen de venta.   |  |
|   |  | Invertir en publicidad y en propaganda. | Hacer publicidad y propaganda a las diferentes prendas de vestir que se confeccionan. | Invertir el monto presupuestado en publicidad y propaganda. |  |
|   | Innovar en los procesos productivos para la generación de valor.       | Implementar la cadena de valor.         | Rediseñar el proceso productivo.  | Establecer un programa de producción.                       | Nivel de efectividad de la propuesta de valor. |
|   |  |   |   |   |  |
|   | Obtener capital para el abastecimiento de materia prima.               | Recolectar el aporte de los miembros.   | Planificar la compra de MP e insumos.   | Comprar MP e insumos.                                       | Cantidad disponible de MP e insumos.           |
|   |  |   |   |   |  |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### 4.12.6.5 Matriz del Perfil Competitivo (MPC)

**CUADRO N° 33 Matriz del Perfil Competitivo (MPC)**

| Factores Críticos de Éxitos | Peso        | Asociatividad |             | Competidor 1      |             | Competidor 2     |             |
|-----------------------------|-------------|---------------|-------------|-------------------|-------------|------------------|-------------|
|                             |             | Calificación  | Peso Pond.  | Asoc. Art. Prosp. |             | Artesanos Indep. |             |
|                             |             |               |             | Calificación      | Peso Pond.  | Calificación     | Peso Pond.  |
| Participación en el mercado | 0.20        | 3             | 0.60        | 2                 | 0.40        | 1                | 0.20        |
| Calidad del producto        | 0.30        | 3             | 0.90        | 2                 | 0.60        | 2                | 0.60        |
| Precio del producto         | 0.10        | 4             | 0.40        | 4                 | 0.40        | 3                | 0.30        |
| Maquinaria disponible       | 0.10        | 3             | 0.30        | 2                 | 0.20        | 1                | 0.10        |
| Capacidad productiva        | 0.20        | 3             | 0.60        | 2                 | 0.40        | 1                | 0.20        |
| Lealtad del cliente         | 0.10        | 2             | 0.20        | 2                 | 0.20        | 1                | 0.10        |
| <b>TOTAL</b>                | <b>1.00</b> |               | <b>3.00</b> |                   | <b>2.20</b> |                  | <b>1.50</b> |

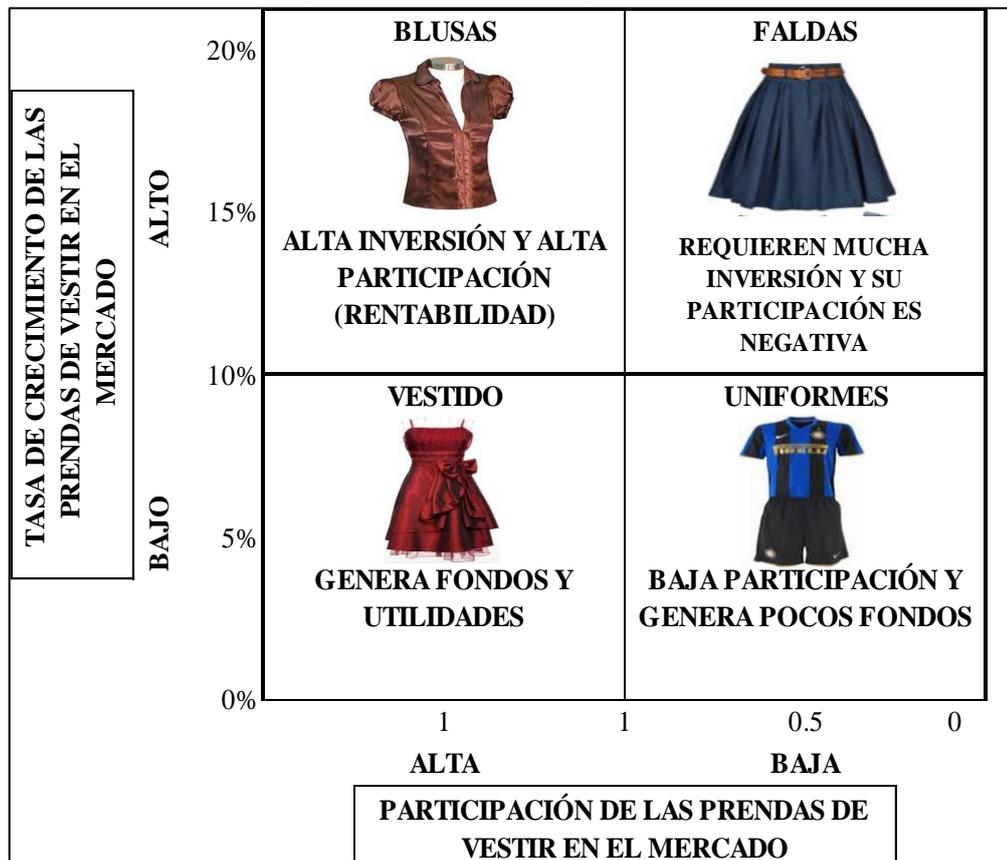
**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Se obtuvo un peso promedio de 3.00 mayor al valor promedio que es 2.50, lo que significa que por ser una asociación pionera en el campo de costura dentro de la comuna Prosperidad, por sus factores disponibles tecnológico y humano, se concluye que la asociación es competitiva en el mercado y tiene supremacía en los indicadores de éxito evaluados.

#### 4.12.6.6 Matriz Boston Consulting Group

**GRÁFICO N° 52 Matriz BCG de la Asociación**



Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.  
 Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

Esta matriz de cuatro cuadrantes, cada una de estas proponen una estrategia diferente, muestra el eje vertical el crecimiento de las prendas de vestir en el mercado y en el horizontal la cuota de mercado o participación de las prendas de vestir en el mercado.

**En el cuadrante producto estrella:** Se encuentra la blusa por su gran crecimiento y participación, es recomendable potencializar al máximo dicho producto por su posición a través de inversión, aprovechar su etapa de crecimiento y apogeo hasta que el mercado se vuelva madura y el producto se convierta en vaca.

**En el cuadrante producto vaca:** Se sitúa los vestidos que denotan alto participación y baja tasa de crecimiento en el mercado. Se trata de una unidad de negocio que genera gran flujo de efectivo que puede mantenerse su participación y a financiar las otras unidades de negocios (prendas de vestir), puede transformarse en producto estrella.

**En el cuadrante producto interrogante:** Se encuentra las faldas, posee un gran crecimiento y poca participación en el mercado. Hay que reevaluar las estrategias y poner asunto por su necesidad de financiamiento y por sus características se puede convertir en una estrella o perro.

**En el cuadrante producto perro:** Están los uniformes deportivos tiene un bajo crecimiento y una baja participación en el mercado. Su rentabilidad es mínima pero se recomienda mantenerlos en la cartera o portafolio de productos de la asociación debido a que en el sector se encuentra situados clubes deportivos.

#### 4.12.6.7 Cadena de valor

**GRÁFICO N° 53 Cadena de valor de la asociación**

|                                |  |  |   |   |  |                                  |
|--------------------------------|--|--|---|---|--|----------------------------------|
| <b>ACTIVIDADES SECUNDARIAS</b> | <b>Infraestructura de la asociación:</b> Planificación (solicitar créditos y realizar gestiones), administración (asesoría), contabilidad (asesoría).  |  |   |   |  | <b>V<br/>A<br/>L<br/>O<br/>R</b> |
|                                | <b>Dirección del talento humano:</b> Contratación de personal (administrador y contador), entrenamiento al personal (artesanos en costura), compensación y motivación al personal.   |  |   |   |  |                                  |
|                                | <b>Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo (I+D):</b> Desarrollo de nuevos diseños de prendas de vestir, adquisición de nuevas tecnologías, mejoramiento continuo en la producción, nuevos canales de distribución. |  |   |   |  |                                  |
|                                | <b>Abastecimiento.</b> Adquisición oportuna de telas y demás materiales.   |  |   |   |  |                                  |
| <b>ACTIVIDADES PRIMARIAS</b>   | <b>Logística interna:</b> Recepción y almacenamiento de telas y demás materiales; control de inventarios; manejo y distribución de telas y demás materiales.   | <b>Operaciones:</b> Revisión de diseño y medidas; Corte de telas; Confección (coser y unir las partes de telas); Hacer ojales, hilvanos y bastas a la prenda; Pegar botones y demás accesorios; Pegar etiquetas, Empacar la prenda de vestir terminada; Realizar las pruebas de la prenda confeccionada. Contratación de servicios de mantenimiento de máquinas y equipos. | <b>Logística externa:</b> Almacenamiento y distribución de las prendas de vestir terminada. | <b>Marketing y Venta:</b> Publicidad (hojas volantes y banners) y propaganda (cuñas radiales), canales de distribución (puntos de venta). | <b>Servicio:</b> Servicio de post venta (garantía que se le otorga al comprador para la asistencia y reparación de prendas de vestir). Recepción de quejas, reclamos y buzones de sugerencias de los clientes. | <b>V<br/>A<br/>L<br/>O<br/>R</b> |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### **Actividades primarias:**

**Logística interna:** Recepción y almacenamiento de telas y demás materiales; control de inventarios; manejo y distribución de los mismos.

**Operaciones:** Revisión de diseño y medidas; corte de telas; confección (coser y unir las partes de telas); hacer ojales, hilvanos y bastas a la prenda; pegar botones y demás accesorios; pegar etiquetas; empacar la prenda de vestir terminada; realizar las pruebas con el cliente de la prenda confeccionada (si es necesario hacer ajustes en la prenda); contratación de servicio de mantenimiento de maquinarias y equipos.

**Logística externa:** Almacenamiento y distribución de las prendas de vestir terminadas.

**Marketing y Venta:** Publicidad (hojas volantes y banners) y propaganda (cuñas radiales), canales de distribución (puntos de venta).

**Servicio:** Servicio de post venta (garantía que se le otorga al comprador para la asistencia y reparación de prendas de vestir). Recepción de quejas, reclamos y buzones de sugerencias de los clientes.

**Actividades secundarias:**

**Infraestructura de la asociación:** planificación (acceder a créditos y realizar gestiones), administración y contabilidad (asesoría).

**Dirección del talento humano:** Contratación de personal (administrador y contador), entrenamiento al personal (artesanos en costura), compensación y motivación al personal.

**Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo (I+D):** Desarrollo de nuevos diseños de prendas de vestir, adquisición de nuevas tecnologías, mejoramiento continuo en la producción y nuevos canales de distribución.

**Abastecimiento:** Adquisición oportuna de telas y demás materiales.

#### 4.13 Estrategias de Apertura

**CUADRO N° 34 Estrategia de apertura**

| <b>ESTRATEGIAS DE APERTURA</b>   |  |   |  |  |
|--|--|---|--|--|
| <b>OBJETIVO</b>  | <b>ESTRATEGIA</b>                            | <b>ACTIVIDADES</b>                                  | <b>TAREAS</b>  | <b>CONTROL</b>   |
| Generar sinergia e integración entre los artesanos en costura para viabilizar el proceso asociativo. | Integración y sinergia de los participantes. | Definir el número de personas participantes         | Registrar las personas que desean formar parte de la asociación.       | Lista de miembros fundadores - Firma en la Acta de Constitución. |
|  |  | Realizar charlas referentes a la asociatividad.     | Preparar la logística y contenido de la charla.                        | Lista de asistencia - Acta de reunión.                           |
|  |  | Realizar reuniones de trabajo.                      | Preparar la logística y contenido de la reunión de trabajo.            | Cumplimiento de los objetivos planteados en cada reunión.        |
|  |  | Realizar los trámites para formar la asociatividad. | Indagar los requisitos para la constitución legal de la asociatividad. | Cumplimiento de los requisitos pertinentes.                      |
|  |  | Incrementar el capital social                       | Recolectar el aporte de los socios.                                    | Porcentaje de incremento del capital social.                     |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### 4.14 Estrategias de Formalización

**CUADRO N° 35 Estrategias de formalización**

| ESTRATEGIA DE FORMALIZACIÓN   |                                |   |  |  |
|---|--------------------------------|---|--|--|
| OBJETIVO  | ESTRATEGIA                     | ACTIVIDADES   | TAREAS   | CONTROL                                    |
| Elaborar la documentación necesaria para la constitución legal de la asociación | Estructuración y Formalización | Aprobar el estatuto de constitución y reglamento interno. | Socializar, modificar y hacer prevalecer lo estipulado en el reglamento interno y estatutos de constitución. | Lista de asistencia - Acta de reunión.     |
|   |                                | Diseñar el modelo asociativo.                             | Establecer los componentes del modelo asociativo.  | Nivel de efectividad del modelo propuesto. |
|   |                                | Elección de la Directiva provisional.                     | Establecer la directiva y sus principales miembros.  | Lista de asistencia - Acta de reunión.     |
|   |                                |   | Conformar los equipos de trabajo (comisiones).   |  |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.15 Estrategias de marketing mix

**CUADRO N° 36 Estrategia del Precio**

| ESTRATEGIA DE PRECIO                               |                                      |  |  |  |
|--|--------------------------------------|--|--|--|
| OBJ. ESTRAT.                                       | ESTRATEGIA                           | ACTIVIDAD                                  | TAREA  | CONTROL  |
| Aumentar el volumen de venta de prendas de vestir. | Estrategia de penetración ambiciosa. | Ofrecer precios accesibles a los clientes. | Identificar si los clientes son sensible al precio                 | Comparar las ventas con las ventas del mes anterior. |
|  |                                      |  | Identificar la actitud de comprar referente al precio establecido. |  |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 37 Estrategia de Producto**

| ESTRATEGIA DE PRODUCTO  |  |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|
| OBJ. ESTRAT.  | ESTRATEGIA   | ACTIVIDAD   | TAREA   | CONTROL   |   |
| Lograr que la prenda de vestir se adapte a las necesidades de los clientes. | Mejoramiento de la calidad de las prendas de vestir. | Ofrecer prendas de vestir de calidad.                         | Confeccionar prendas de vestir con materia prima de calidad.                    | Adquirir MP de calidad para la confección.              |   |
|   | Mejoramiento de aspecto de la prenda de vestir.      | Ofrecer prendas de vestir con diseño innovador.               | Ofertar a los clientes la variedad de modelos prendas de vestir confeccionados. | Determinar el nivel de satisfacción de los compradores. |   |
|   | Mejoramiento del estilo de la prenda de vestir.      | Diversificar modelos y colores de las prendas confeccionadas. | Brindar al cliente la opción de escoger los colores de las prendas de vestir.   |   | Identificar gustos y preferencias de para la definición de atributos o características. |
|   |  |   | Introducir nuevos servicios adicionales para el cliente.                        |   | Satisfacer las necesidades de nuestros clientes.  |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 38 Estrategia de Promoción**

| ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN O PUBLICIDAD  |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
| OBJETIVO  | ESTRATEGIA  | ACTIVIDAD  | TAREA   | CONTROL  |
| Lanzar una campaña de publicidad con técnicas efectivas de promoción y de ventas para posicionar la marca (logotipo y slogan) en la mentalidad del cliente. | Promocionar las diferentes prendas confeccionadas utilizando los medios de comunicación e internet. | Ubicar las vallas publicitarias en puntos estratégicos y de gran concurrencia.                       | Adquirir banners o gigantografías.<br>Colocar los banners o gigantografías.                       | Invertir el monto presupuestado en publicidad y propaganda |
|   |   | Implementar la publicidad por internet.  | Crear una página web o redes sociales para la asociación.   |  |
|   |   | Implementar la publicidad por radio.   | Asegurar la transmisión de la cuña radial y dar un contexto innovador con enfoque a sus clientes. |  |
|   |   | Implementar la publicidad por medios alternativos.   | Diseñar y entregar folletos, hojas volantes, catálogo y tarjeta de presentación de la asoci.      |  |
| Lanzar una campaña de publicidad con técnicas efectivas de promoción y de ventas para posicionar la marca (logotipo y slogan) en la mentalidad del cliente. | Descuento por cantidad.   | Realizar descuento del 20% por la compra de \$40 (solo el primer viernes de cada mes).               | Descantar del valor total de compra de ropa el porcentaje ofrecido.                               | Supervisar cada actividad.                                 |
|   | Organizar sorteo o concurso a nuestros clientes.  | Entregar un ticket por la compra de prendas de vestir (mes por apertura y aniversario de la asoci.). | Realizar el sorteo y entregar los premios sorpresas.  |  |
| Realizar el concurso y entregar los fabulosos premios.  |   |  |   |  |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 39 Estrategia de Plaza**

| ESTRATEGIA DE PLAZA O DISTRIBUCIÓN                                  |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
| OBJ. ESTRAT.  | ESTRATEGIA  | ACTIVIDAD  | TAREA  | CONTROL  |
| Incrementar la cuota de mercado con la captación de clientes.       | Búsqueda de nuevos clientes o clientes potenciales. | Visitar a microempresarios que expendan ropa.                              | Identificar diferentes grupos de posibles compradores.   | Número de clientes captados.                   |
| Lograr una mayor cobertura de las prendas de vestir confeccionadas. | Distribución intensiva.                             | Ubicar las prendas de vestir en puntos de ventas existentes a nivel local. | Investigar, localizar y negociar con los canales de distribución de ropa más visitados a nivel local.      | Número de convenios o acuerdos de cooperación. |
|   | Distribución selectiva.                             | Ubicar las prendas de vestir en puntos de ventas reconocidos.              | Investigar, localizar y negociar con los canales de distribución de ropa más visitados a nivel provincial. |  |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### **4.16 Estrategias competitivas de la asociación**

La asociación aplicará las estrategias competitivas de diferenciación, liderazgo en costos y de enfoque. A continuación se detalla las estrategias con sus respectivas actividades y tareas.

**CUADRO N° 40 Estrategia de Diferenciación**

| ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN  |  |  |  |   |
|---|--|--|--|---|
| OBJETIVO  | ESTRATEGIA   | ACTIVIDAD  | TAREA  | CONTROL   |
| Abarcar el mercado local con la ventaja estratégica de la exclusividad y mayor cobertura de las prendas de vestir confeccionadas. | Generar valor para el cliente.   | Implementar la cadena de valor.  | Determinar las actividades primarias y secundarias.  | Nivel de efectividad de la propuesta de valor.              |
|   |  |  | Invertir en desarrollo tecnológico e I+D.  |   |
|   |  |  | Invertir en capacitaciones para los artesanos en costura.  |   |
|   |  |  | Brindar una excelente atención al cliente (servicio de post venta).  |   |
|   | Conservar la imagen empresarial.   | Posicionar la marca de las prendas de vestir.                              | Hacer publicidad y propaganda de las prendas de vestir que se confeccionan.                                | Invertir el monto presupuestado en publicidad y propaganda. |
|   |  |  | Ofrecer prendas de vestir de calidad.  | Adquirir MP de calidad.                                     |
|   | Mejoramiento del diseño con diversificación en colores y modelos de las prendas de vestir. | Ofrecer prendas de vestir con diseño innovador.                            | Desarrollar la creatividad de los artesanos en costuras.   | Determinar el nivel de satisfacción de los compradores.     |
|   |  |  | Ofertar prendas de vestir confeccionados con diseño innovador.   |   |
|   |  | Diversificar modelos y colores de las prendas confeccionadas.              | Brindar al cliente la opción de escoger los colores de las prendas de vestir.                              |   |
|   |  |  | Identificar gustos y preferencias para la definición de atributos o características.                       |   |
|   | Distribución intensiva y selectiva   | Ubicar las prendas de vestir en puntos de ventas existentes a nivel local. | Investigar, localizar y negociar con los canales de distribución de ropa más visitados a nivel local.      | Número de convenios o acuerdos de cooperación.              |
|   |  | Ubicar las prendas de vestir en puntos de ventas reconocidos.              | Investigar, localizar y negociar con los canales de distribución de ropa más visitados a nivel provincial. |   |
| Búsqueda de nuevos clientes o clientes potenciales.   | Visitar a microempresarios que expendan ropa.  | Identificar diferentes grupos de posibles compradores.                     | Número de clientes captados.   |   |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 41 Estrategia de Liderazgo en costos**

| ESTRATEGIA DE LIDERAZGO EN COSTOS   |   |   |  |   |
|---|---|---|--|---|
| OBJETIVO  | ESTRATEGIA                                | ACTIVIDAD   | TAREA  | CONTROL   |
| Abarcar el mercado objetivo con la ventaja estratégica de costos bajos y tener un mayor cuota de mercado. | Producir prendas de vestir a menor costo. | Incrementar el poder de negociación con proveedores a nivel provincial. | Investigar la variedad de productos y servicios de ofrece cada proveedor.              | Sistema de evaluación y selección de proveedores. |
|   |   |   | Evaluar y negociar con proveedores a nivel provincial que brinda un mayor rendimiento. |   |
|   |   | Producir a gran escala manteniendo la calidad.                          | Producir prendas de vestir con MP e insumos de calidad.                                | Nivel de productividad y rentabilidad.            |
|   |   |   | Invertir en maquinarias necesarias para la producción.                                 |   |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 42 Estrategia de Enfoque**

| ESTRATEGIA DE ENFOQUE O DE ALTA SEGMENTACIÓN  |  |   |  |                    |
|---|--|---|--|--------------------|
| OBJETIVO  | ESTRATEGIA   | ACTIVIDAD   | TAREA  | CONTROL            |
| Abarcar el segmento de mercado (femenino) con las ventajas estratégicas de exclusividad y de costo bajo | Especializarse y adaptarse al segmento de mercado. | Ofrecer al público femenino prendas de vestir a precios accesibles. | Producir prendas de vestir con diseño innovador a precio módico. | Volumen de ventas. |

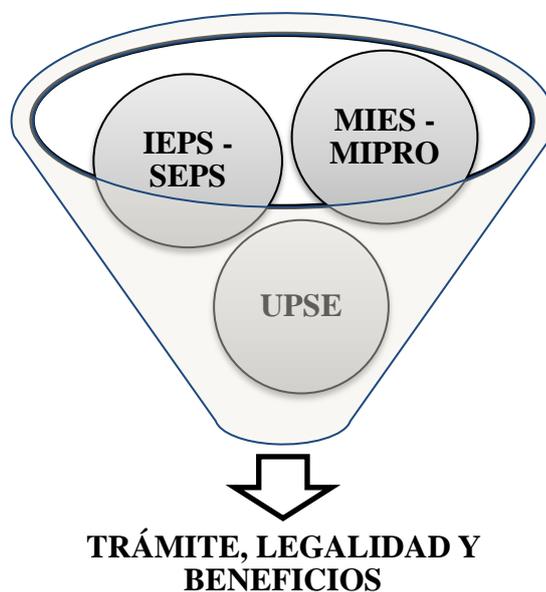
**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

#### **4.17 Relaciones interinstitucionales de la Asociación**

Los artesanos en costura de la comuna Prosperidad tendrán que relacionarse con instituciones públicas como base primordial para acceder a los beneficios de la asociatividad, obtener capacitaciones, créditos financieros, todo lo que concierne para la aplicación y ejecución de proyectos permitiendo el progreso de la asociación.

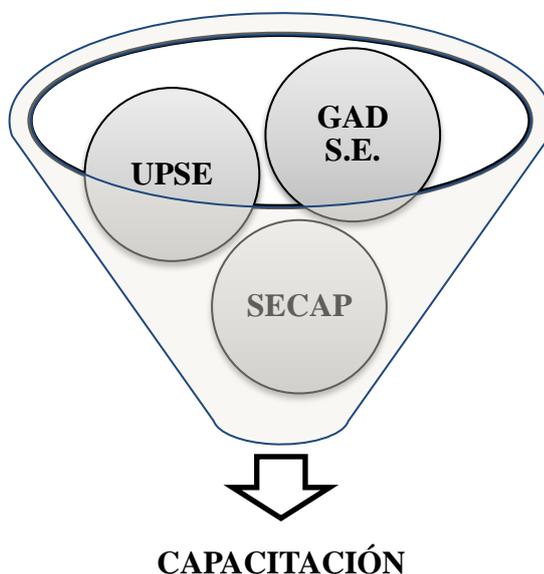
### GRÁFICO N° 54 Instituciones del Estado



**Fuente:** Datos de la investigación.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

El gráfico hace referencias a las instituciones gubernamentales tales como: Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS), Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO) y la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) principalmente el Centro de Desarrollo del Emprendimiento y Fomento Empresarial que están relacionado con el campo artesanal. Es recomendable hacer contacto con estas entidades ya que promueven y centran sus operaciones en el mejoramiento del porvenir de los artesanos e impulsa la transformación de la matriz productiva, con el objeto de asegurar un camino direccionado a la constitución legal de una nueva asociación con personería jurídica y alcanzar los grandes beneficios que ofrecen la asociatividad; sobre todo que los artesanos en costura de la comuna Prosperidad sean partícipes de programas impulsadas y fomentadas por el Estado tales como “Hilando al desarrollo” entre otras concernientes al sector productivo, industrial y artesanal.

**GRÁFICO N° 55 Instituciones locales**



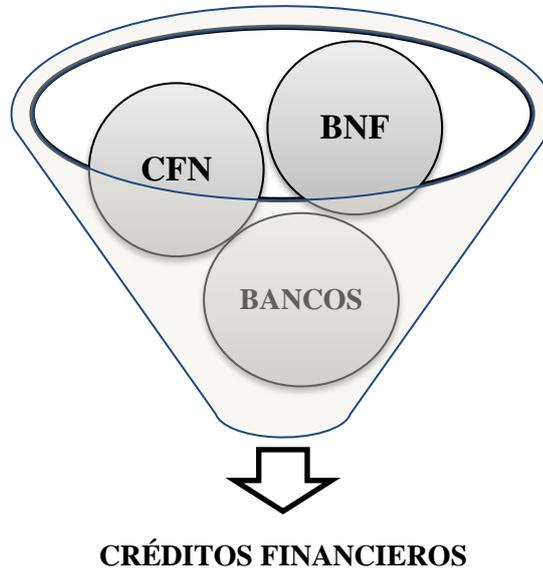
**Fuente:** Datos de la investigación.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

El gráfico aglutina instituciones que sin duda es imperioso enlazar relaciones interinstitucionales, por los beneficios que se podrían alcanzar antes, durante y después de la puesta en marcha de la presente propuesta. Sin embargo, es imprescindible cumplir los requisitos de aquellas instituciones: Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Santa Elena, la Universidad Estatal Península de Santa Elena y el Centro de Capacitación – SECAP.

Adicionalmente es preponderante señalar que para acogerse a programas de capacitación demanda de recursos económicos en todas sus dimensiones, por ejemplo: pago de honorarios si se accede a los servicios del SECAP, si la capacitación es gratuita ya sea por parte de la UPSE con sus estudiantes que requieren completar horas por vinculación a la colectividad o por parte del GAD de Santa Elena hay que brindarle un refrigerio como respuesta a su labor y entrega a dichos programas de capacitación.

**GRÁFICO N° 56 Instituciones bancarias**



**Fuente:** Datos de la investigación.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

Para realizar futuras inversiones y dar la puesta en marcha a proyectos, es necesario contar con recursos económicos, por lo que es relevante acceder a créditos o préstamos de instituciones financieras del sector privado o público como la Corporación Financiera Nacional (CFN) con el programa “Progresar” o el Banco Nacional de Fomento (BNF) con el programa “Microfomento” ya que están estrechamente relacionada con el sector de producción. Todo con el fin de hacer inversiones que viabilice el desarrollo de las actividades productivas y de comercialización de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

#### 4.18 Mercado

**CUADRO N° 43 Mercado Meta**

| POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA (2010) |               |                |               |                |                  |                |
|---|---------------|----------------|---------------|----------------|------------------|----------------|
| CANTÓN  | TOTAL HOMBRES | %              | TOTAL MUJERES | %              | TOTAL HABITANTES | %              |
| SALINAS   | 35436         | 22.59%         | 33239         | 21.9%          | 68675            | 22.25%         |
| LA LIBERTAD                                     | 48030         | 30.62%         | 47912         | 31.6%          | 95942            | 31.08%         |
| SANTA ELENA                                     | 73396         | 46.79%         | 70680         | 46.6%          | 144076           | 46.67%         |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>156862</b> | <b>100.00%</b> | <b>151831</b> | <b>100.00%</b> | <b>308693</b>    | <b>100.00%</b> |

Fuente: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec) / [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 44 Segmento de mercado**

| SEGMENTO DE MERCADO (MUJERES) |               |                |
|-------------------------------|---------------|----------------|
| RANGO DE EDAD                 | HABITANTES    | %              |
| DE 0 A 14 AÑOS                | 51319         | 33.80%         |
| DE 15 A 34 AÑOS               | 51926         | 34.20%         |
| DE 35 A 54 AÑOS               | 31733         | 20.90%         |
| MAYOR DE 54 AÑOS              | 16853         | 11.10%         |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>151831</b> | <b>100.00%</b> |

Fuente: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec) / [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.18.1 Mercado objetivo

**CUADRO N° 45 Mercado Objetivo**

| PROBLACIÓN COMUNA PROSPERIDAD |             |                | COMUNA EL TAMBO |                | PARROQUIA ANCON |                | TOTAL       |                |
|-------------------------------|-------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|-------------|----------------|
| GÉNERO                        | HABITANTES  | %              | HABITANTES      | %              | HABITANTES      | %              | HABITANTES  | %              |
| HOMBRES                       | 1199        | 51.00%         | 747             | 51.00%         | 1541            | 51.00%         | 3486        | 51.00%         |
| MUJERES                       | 1152        | 49.00%         | 718             | 49.00%         | 1480            | 49.00%         | 3350        | 49.00%         |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>2350</b> | <b>100.00%</b> | <b>1465</b>     | <b>100.00%</b> | <b>3021</b>     | <b>100.00%</b> | <b>6836</b> | <b>100.00%</b> |

Fuente: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec) / [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 46 Segmento de mercado**

| SEGMENTO DE MERCADO (MUJERES) |             |             |
|-------------------------------|-------------|-------------|
| RANGO DE EDAD                 | HABITANTES  | %           |
| DE 0 A 14 AÑOS                | 1132        | 33.80%      |
| DE 15 A 34 AÑOS               | 1146        | 34.20%      |
| DE 35 A 54 AÑOS               | 700         | 20.90%      |
| MAYOR DE 54 AÑOS              | 372         | 11.10%      |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>3350</b> | <b>100%</b> |

Fuente: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec) / [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.18.2 Demanda

### POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

$$P_n = P_0 (1 + R)^n$$

| Simbología                       |
|----------------------------------|
| P <sub>n</sub> = Población Final |
| P <sub>0</sub> Población Inicial |
| n = Tasa de Crecimiento          |
| m = Número Real                  |

| DATOS |        |
|-------|--------|
| 2010  | 308693 |
| 2001  | 238889 |

$$R = \sqrt[9]{\frac{308693}{238889}} - 1$$

$$R = 1.292202655^{1/9} - 1$$

$$R = 1.028892662 - 1 = 0.111111111 \quad \mathbf{1 \div 9}$$

$$R = 0.028892662$$

$$R = 2.8892662 \quad \mathbf{2.89\%}$$

$$P_{15} = P_{10} (1 + R)^n$$

$$P_{15} = 308693 (1 + 0.028892662)^5 \quad P_{15} = 238889 (1 + 0.0288927)^{14}$$

$$P_{15} = 308693 (1.028892662)^5 \quad P_{15} = 238889 (1.028892662)^{14}$$

$$P_{15} = 308693 (1.153055866) \quad P_{15} = 238889 (1.489982621)$$

$$P_{15} = 355940.27 \quad 355940 \quad P_{15} = 355940.46 \quad 355940$$

#### CUADRO N° 47 Demanda 2015

| POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA (2014) |               |                |               |                |                  |                |
|---|---------------|----------------|---------------|----------------|------------------|----------------|
| CANTÓN  | TOTAL HOMBRES | %              | TOTAL MUJERES | %              | TOTAL HABITANTES | %              |
| SALINAS   | 41008         | 22.59%         | 38179         | 21.89%         | 79186            | 22.25%         |
| LA LIBERTAD                                     | 55584         | 30.62%         | 55044         | 31.56%         | 110628           | 31.08%         |
| SANTA ELENA                                     | 84938         | 46.79%         | 81188         | 46.55%         | 166126           | 46.67%         |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>181530</b> | <b>100.00%</b> | <b>174411</b> | <b>100.00%</b> | <b>355940</b>    | <b>100.00%</b> |

Fuente: www.inec.gob.ec / www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 48 Segmento de mercado 2015**

| <b>SEGMENTO DE MERCADO (MUJERES)</b> |                   |                |
|--------------------------------------|-------------------|----------------|
| <b>RANGO DE EDAD</b>                 | <b>HABITANTES</b> | <b>%</b>       |
| DE 0 A 14 AÑOS                       | 58951             | 33.80%         |
| DE 15 A 34 AÑOS                      | 59648             | 34.20%         |
| DE 35 A 54 AÑOS                      | 36452             | 20.90%         |
| MAYOR DE 54 AÑOS                     | 19360             | 11.10%         |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>174411</b>     | <b>100.00%</b> |

Fuente: www.inec.gob.ec / www.ecuadorencifras.com

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 49 Demanda Potencial Proyectada**

| <b>DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA</b> |              |                                  |          |                          |
|-------------------------------------|--------------|----------------------------------|----------|--------------------------|
| <b>N°</b>                           | <b>AÑOS</b>  | <b>POBLACIÓN DE 15 A 34 AÑOS</b> | <b>%</b> | <b>DEMANDA POTENCIAL</b> |
| 1                                   | 2015         | 59648                            | 34%      | 20400                    |
| 2                                   | 2016         | 61885                            | 34%      | 21165                    |
| 3                                   | 2017         | 64206                            | 34%      | 21958                    |
| 4                                   | 2018         | 66614                            | 34%      | 22782                    |
| 5                                   | 2019         | 69112                            | 34%      | 23636                    |
|                                     | <b>TOTAL</b> | <b>321465</b>                    |          | <b>109941</b>            |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 50 Demanda Real Proyectada**

| <b>DEMANDA REAL PROYECTADA</b> |              |                          |          |                     |
|--------------------------------|--------------|--------------------------|----------|---------------------|
| <b>N°</b>                      | <b>AÑOS</b>  | <b>DEMANDA POTENCIAL</b> | <b>%</b> | <b>DEMANDA REAL</b> |
| 1                              | 2015         | 20400                    | 70%      | 14280               |
| 2                              | 2016         | 21165                    | 70%      | 14815               |
| 3                              | 2017         | 21958                    | 70%      | 15371               |
| 4                              | 2018         | 22782                    | 70%      | 15947               |
| 5                              | 2019         | 23636                    | 70%      | 16545               |
|                                | <b>TOTAL</b> | <b>109941</b>            |          | <b>76959</b>        |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 51 Demanda Efectiva Proyectada**

| <b>DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA</b> |              |                     |          |                         |
|------------------------------------|--------------|---------------------|----------|-------------------------|
| <b>N°</b>                          | <b>AÑOS</b>  | <b>DEMANDA REAL</b> | <b>%</b> | <b>DEMANDA EFECTIVA</b> |
| 1                                  | 2015         | 14280               | 100%     | 14280                   |
| 2                                  | 2016         | 14815               | 100%     | 14815                   |
| 3                                  | 2017         | 15371               | 100%     | 15371                   |
| 4                                  | 2018         | 15947               | 100%     | 15947                   |
| 5                                  | 2019         | 16545               | 100%     | 16545                   |
|                                    | <b>TOTAL</b> | <b>76959</b>        |          | <b>76959</b>            |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 52 Demanda Insatisfecha**

| DEMANDA INSATISFECHA |                        |                   |                  |                      |                         |
|----------------------|------------------------|-------------------|------------------|----------------------|-------------------------|
| N°                   | AÑOS                   | CANTIDAD OFERTADA | DEMANDA EFECTIVA | DEMANDA INSATISFECHA | DEMANDA INSAST. MENSUAL |
| 1                    | 2015                   | 30000             | 14280            | 15720                | 1310                    |
| 2                    | 2016                   | 31500             | 14815            | 16685                | 1390                    |
| 3                    | 2017                   | 33075             | 15371            | 17704                | 1475                    |
| 4                    | 2018                   | 34729             | 15947            | 18781                | 1565                    |
| 5                    | 2019                   | 36465             | 16545            | 19920                | 1660                    |
|                      | <b>TOTAL</b>           | <b>165769</b>     | <b>76959</b>     | <b>88810</b>         |                         |
|                      | <b>% INCREM. ANUAL</b> |                   | <b>5%</b>        |                      |                         |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.19 Producción de los artesanos en costura

##### 4.19.1 Programa de producción

**CUADRO N° 53 Programa de Producción**

| PROGRAMA DE PRODUCCIÓN            |       |
|-----------------------------------|-------|
| N° DE OPERARIOS                   | 25    |
| N° PRENDAS PROMEDIOS (DIARIO X T) | 5     |
| PRODUCCIÓN DIARIA                 | 125   |
| PRODUCCIÓN MENSUAL                | 2500  |
| PRODUCCIÓN ANUAL                  | 30000 |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 54 Producción Mensual**

| PRODUCCIÓN (MENSUAL)       |           | COMPOSICIÓN |             |
|----------------------------|-----------|-------------|-------------|
| PRODUCTO A (BLUSAS)        |           | 1000        | 40%         |
| PRODUCTO B (FALDAS)        |           | 750         | 30%         |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)      |           | 750         | 30%         |
| <b>TOTAL</b>               |           | <b>2500</b> | <b>100%</b> |
| <b>MESES EN LA PRODUC.</b> | <b>12</b> |             |             |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 55 Producción Anual**

| PRODUCCIÓN (ANUALES)                 |              |              |              |              |              |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| PRODUCTOS                            | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         |
| PRODUCTO A (BLUSAS)                  | 12000        | 12600        | 13230        | 13892        | 14586        |
| PRODUCTO B (FALDAS)                  | 9000         | 9450         | 9923         | 10419        | 10940        |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)                | 9000         | 9450         | 9923         | 10419        | 10940        |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>30000</b> | <b>31500</b> | <b>33075</b> | <b>34729</b> | <b>36465</b> |
| <b>% INCREM. ANUAL DE LA PRODUC.</b> |              | <b>5%</b>    |              |              |              |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 56 Capacidad de Producción**

| CAPACIDAD MÁXIMA DE PRODUCCIÓN (DIARIO) |                                      |                       |           |           |           |                          |            |           |           |
|---|--------------------------------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|--------------------------|------------|-----------|-----------|
| N°                                      | NOMBRES Y APELLIDOS                  | PRODUCCIÓN INDIVIDUAL |           |           |           | PRODUCCIÓN ASOCIATIVIDAD |            |           |           |
|   |                                      | TIEMPO                | BLUSA     | FALDA     | VESTIDO   | TIEMPO                   | BLUSA      | FALDA     | VESTIDO   |
| 1                                       | Yadissa Germania Ramos Tomalá        | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 2                                       | Yadira Katherine Clemente Yagual     | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 3                                       | Cindy Evelyn Ramos Pozo              | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 4                                       | Ruth Ibett Suárez Laínez             | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 5                                       | María De los Angeles Toamlá Carvajal | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 6                                       | Evelyn Soraya Ramos Tomalá           | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 7                                       | Francisca Rosario Tomalá Ricardo.    | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 8                                       | Elena Georgina Ricardo Figueroa      | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 9                                       | Violeta María Torres Cruz            | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 10                                      | Jenny Elizabeth Tomalá Gonzabay      | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 11                                      | Gladys Ramos Tomalá                  | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 12                                      | Jéssica Isabel Ricardo Tomalá        | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 13                                      | María Narcisa Morales Tomalá         | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 14                                      | Indelira Morales Tomalá              | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 15                                      | Silvina Carolina Orrala Morales      | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 16                                      | Dayse Sonia Tomalá Reyes             | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 17                                      | Carmen Agueda Tomalá Tomalá          | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 18                                      | Gisella Yazmín Suárez Tomalá         | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 19                                      | Vanessa Liseth González Ricardo      | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 20                                      | Agueda Lucinda Ricardo Tomalá        | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 21                                      | Elena Maritza Suárez Tomlá           | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 22                                      | Cinthy Yadira Tomalá Ricardo         | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 23                                      | Zenaida Harmilda Ramos Orrala        | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 24                                      | Joly Del Carmen Tomalá Ricardo       | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| 25                                      | Estela Marylin Suárez Suárez         | 2.5. hras.            | 1         | 1         | 1         | 8 hras.                  | 3          | 3         | 3         |
| <b>TOTAL</b>                            |                                      | <b>63</b>             | <b>25</b> | <b>25</b> | <b>25</b> | <b>200</b>               | <b>75</b>  | <b>75</b> | <b>75</b> |
|   |                                      |                       | <b>75</b> |           |           |                          | <b>225</b> |           |           |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos

#### 4.20 Presupuesto de la Asociación

##### DATOS:

|  |       |
|--|-------|
| TASA INFLACIÓN                         | 3.75% |
| TASA PASIVA                            | 4.85% |
| TASA PREMIA AL RIESGO                  | 7.15% |
| % DE VENTA DE MAQUINARIAS DE REEMPLAZO | 15%   |

#### 4.20.1 Financiamiento

CUADRO N° 57 Detalle de Aporte de los asociados

| DETALLE GENERAL DE APORTE DE LOS ASOCIADOS |                                       |        |                    |
|--|---------------------------------------|--------|--------------------|
| N°   | NOMBRES Y APELLIDOS                   | BIENES | \$                 |
| 1  | Yadissa Germania Ramos Tomalá         | \$ -   | \$ 200.00          |
| 2  | Yadira Katherine Clemente Yagual      | \$ -   | \$ 200.00          |
| 3  | Cindy Evelyn Ramos Pozo               | \$ -   | \$ 200.00          |
| 4  | Ruth Ibett Suárez Láinez              | \$ -   | \$ 200.00          |
| 5  | María De los Angeles Toamlá Carvajal. | \$ -   | \$ 200.00          |
| 6  | Evelyn Soraya Ramos Tomalá            | \$ -   | \$ 200.00          |
| 7  | Francisca Rosario Tomalá Ricardo.     | \$ -   | \$ 200.00          |
| 8  | Elena Georgina Ricardo Figueroa       | \$ -   | \$ 200.00          |
| 9  | Violeta María Torres Cruz             | \$ -   | \$ 200.00          |
| 10   | Jenny Elizabeth Tomalá Gonzabay       | \$ -   | \$ 200.00          |
| 11   | Gladys Ramos Tomalá                   | \$ -   | \$ 200.00          |
| 12   | Jéssica Isabel Ricardo Tomalá         | \$ -   | \$ 200.00          |
| 13   | María Narcisa Morales Tomalá          | \$ -   | \$ 200.00          |
| 14   | Indelira Morales Tomalá               | \$ -   | \$ 200.00          |
| 15   | Silvina Carolina Orrala Morales       | \$ -   | \$ 200.00          |
| 16   | Dayse Sonnia Tomalá Reyes             | \$ -   | \$ 200.00          |
| 17   | Carmen Agueda Tomalá Tomalá           | \$ -   | \$ 200.00          |
| 18   | Gisella Yazmín Suárez Tomalá          | \$ -   | \$ 200.00          |
| 19   | Vanessa Liseth González Ricardo       | \$ -   | \$ 200.00          |
| 20   | Agueda Lucinda Ricardo Tomalá         | \$ -   | \$ 200.00          |
| 21   | Elena Maritza Suárez Tomlá            | \$ -   | \$ 200.00          |
| 22   | Cinthyá Yadira Tomalá Ricardo         | \$ -   | \$ 200.00          |
| 23   | Zenaida Harmilda Ramos Orrala         | \$ -   | \$ 200.00          |
| 24   | Joly Del Carmen Tomalá Ricardo        | \$ -   | \$ 200.00          |
| 25   | Estela Marylin Suárez Suárez.         | \$ -   | \$ 200.00          |
| <b>TOTAL</b>                               |                                       | \$ -   | <b>\$ 5,000.00</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 58 Aporte de los asociados**

| <b>APORTE DE LOS ASOCIADOS</b>               |                    |
|--|--------------------|
| APORTE FINANCIERO                            | \$ 5,000.00        |
| APORTE NO FINANCIERO                         | \$ -               |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>\$ 5,000.00</b> |
| <b>INCLUYE CUOTA DE ADMISIÓN O MENBRESÍA</b> |                    |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 59 Aportes de los Asociados Cuotas**

| <b>CUOTAS DE LOS ASOCIADOS</b>                                      |                      |          |           |             |             |             |             |             |
|---|----------------------|----------|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| N°  | DESCRIPCIÓN          | CUOTA    | MENSUAL   | 2015        | 2016        | 2017        | 2018        | 2019        |
| 25  | ARTESANOS EN COSTURA | \$ 10.00 | \$ 250.00 | \$ 3,000.00 | \$ 4,500.00 | \$ 6,000.00 | \$ 7,500.00 | \$ 9,000.00 |
| TOTAL   |                      |          | \$ 250.00 | \$ 3,000.00 | \$ 4,500.00 | \$ 6,000.00 | \$ 7,500.00 | \$ 9,000.00 |
| <b>CUOTAS MENSUALES PARA FONDO SOCIAL - INCREMENTO \$ 5 POR AÑO</b> |                      |          |           |             |             |             |             |             |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 60 Financiamiento**

| <b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b> |             |                     |
|------------------------------|-------------|---------------------|
| <b>FINANCIAMIENTO</b>        |             | <b>INVERSIÓN</b>    |
| OBRAS FÍSICAS                |             | \$ 12,660.00        |
| ACTIVOS FIJOS                |             | \$ 24,643.00        |
| CAPITAL DE TRABAJO           |             | \$ 27,385.65        |
| GASTOS DE CONSTITUCIÓN       |             | \$ 1,200.00         |
| <b>TOTAL</b>                 |             | <b>\$ 65,888.65</b> |
| <b>FINANCIAMIENTO</b>        | <b>%</b>    | <b>INVERSIÓN</b>    |
| CAPITAL PROPIO               | 8%          | \$ 5,000.00         |
| FINANCIAMIENTO               | 92%         | \$ 60,888.65        |
| <b>TOTAL</b>                 | <b>100%</b> | <b>\$ 65,888.65</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**4.20.2 Estructura Financiera**

**CUADRO N° 61 Estructura Financiera**

| <b>ESTRUCTURA FINANCIERA</b> |                     |             |        |               |
|------------------------------|---------------------|-------------|--------|---------------|
| DETALLE                      | APORT. CAPITAL      | PONDERACIÓN | TMAR   | PONDERACIÓN   |
| ART. EN COST.                | \$ 5,000.00         | 0.0759      | 0.1575 | 0.0120        |
| INST. FINANC.                | \$ 60,888.65        | 0.9241      | 0.1183 | <b>0.0120</b> |
|                              | \$ <b>65,888.65</b> |             |        | <b>0.1303</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**TMAR** = if + ir                      ir = (%Pasiva+%Premia al riesgo)

**TMAR=**                      =((0.0375+(0.0485+0.0715))  
**TMAR=**                      15.75%

| <b>DATOS</b>          |       |
|-----------------------|-------|
| TASA DE INFLACIÓN     | 3.75% |
| TASA PASIVA           | 4.85% |
| TASA PREMIA AL RIESGO | 7.15% |

#### 4.20.3 Gastos de Constitución

**CUADRO N° 62 Gastos de constitución**

| GASTOS DE CONSTITUCIÓN         |                    |
|--------------------------------|--------------------|
| DETALLE                        | VALOR              |
| TRÁMITE EN EL MUNICIPIO        | \$ -               |
| TRÁMITE EN LA NOTARIA          | \$ -               |
| TRÁMITE EN EL SRI              | \$ -               |
| VALOR REQUERIDO COMO REQUISITO | \$ 1,200.00        |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>\$ 1,200.00</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.4 Préstamo bancario

**CUADRO N° 63 Préstamo bancario**

| PRÉSTAMO BANCARIO                         |              |
|---|--------------|
| MONTO                                     | \$ 60,888.65 |
| TASA DE DESCUENTO (T. ACTIVA PROD. PYMEs) | 0.1183       |
| AÑOS DEL CRÉDITO                          | 5            |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

$$R = (c \times i) / (1 - (1 + i)^{-n})$$

**CUADRO N° 64 Tabla de amortización**

| TABLA DE AMORTIZACIÓN |                     |              |                     |                     |              |
|-----------------------|---------------------|--------------|---------------------|---------------------|--------------|
| N° PERIODOS           | CUOTA FIJA          | CAPITAL      | INTERÉS             | DESCUENTO           | SALDO        |
| 1                     | \$ 16,820.03        | \$ 60,888.65 | \$ 7,203.13         | \$ 9,616.90         | \$ 51,271.75 |
| 2                     | \$ 16,820.03        | \$ 51,271.75 | \$ 6,065.45         | \$ 10,754.58        | \$ 40,517.17 |
| 3                     | \$ 16,820.03        | \$ 40,517.17 | \$ 4,793.18         | \$ 12,026.84        | \$ 28,490.33 |
| 4                     | \$ 16,820.03        | \$ 28,490.33 | \$ 3,370.41         | \$ 13,449.62        | \$ 15,040.71 |
| 5                     | \$ 16,820.03        | \$ 15,040.71 | \$ 1,779.32         | \$ 15,040.71        | \$ 0.00      |
|                       | <b>\$ 84,100.13</b> |              | <b>\$ 23,211.48</b> | <b>\$ 60,888.65</b> |              |
|                       |                     |              | <b>\$ 84,100.13</b> |                     |              |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.5 Inversiones

**CUADRO N° 65 Activos Fijos**

| INVERSIONES (ANUALES)  |                     |                    |                    |             |             |
|------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|-------------|-------------|
| ACTIVOS                | 2015                | 2016               | 2017               | 2018        | 2019        |
| MAQUINARIAS            | \$ 20,530.00        | \$ 4,130.00        | \$ -               | \$ -        | \$ -        |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | \$ 995.00           | \$ -               | \$ 875.00          | \$ -        | \$ -        |
| MUEBLES Y ENSERES      | \$ 3,118.00         | \$ 610.00          | \$ 1,020.00        | \$ -        | \$ -        |
| <b>TOTAL</b>           | <b>\$ 24,643.00</b> | <b>\$ 4,740.00</b> | <b>\$ 1,895.00</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

### CUADRO N° 66 Obras Físicas

| INVERSIÓN EN OBRAS FÍSICAS |                  |                      |                |                     |
|----------------------------|------------------|----------------------|----------------|---------------------|
| ITEMS                      | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD             | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL         |
| TERRENO                    | m2               | DONADO POR LA COMUNA |                |                     |
| ÁREA ADMINIST.             | m2               | 28                   | 55.00          | \$ 1,540.00         |
| ÁREA DE VENTA              | m2               | 28                   | 55.00          | \$ 1,540.00         |
| ÁREA DE PRODUC.            | m2               | 44                   | 55.00          | \$ 2,420.00         |
| CERRAMIENTO                | m2               | 100                  | 55.00          | \$ 5,500.00         |
| BAÑOS                      | m3               | 12                   | 55.00          | \$ 660.00           |
| ACABADOS                   |                  | 10                   | 100.00         | \$ 1,000.00         |
| <b>TOTAL</b>               |                  |                      |                | <b>\$ 12,660.00</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

### CUADRO N° 67 Inversiones en maquinarias y equipos

| INVERSIONES EN MÁQUINAS Y EQUIPOS  |            |             |                     |                    |                    |                 |                 |                     |                   |
|------------------------------------|------------|-------------|---------------------|--------------------|--------------------|-----------------|-----------------|---------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN                        | CANT.      | COSTO UNIT. | AÑOS                |                    |                    |                 |                 | COSTO TOTAL         | AÑOS DE VIDA ÚTIL |
|                                    |            |             | 2015                | 2016               | 2017               | 2018            | 2019            |                     |                   |
| <b>MAQUINARIAS</b>                 |            |             | <b>\$ 20,530.00</b> | <b>\$ 4,130.00</b> | <b>\$ -</b>        | <b>\$ -</b>     | <b>\$ -</b>     |                     |                   |
| M. OVERLOK (3 HILOS)               | 3          | \$ 600.00   | \$ 1,800.00         |                    |                    |                 |                 | \$ 1,800.00         | 10                |
| M. OVERLOK (4 O 5 HILOS)           | 3          | \$ 650.00   | \$ 1,950.00         |                    |                    |                 |                 | \$ 1,950.00         | 10                |
| M. COSTURA RECTA - (1 AGUJA)       | 3          | \$ 450.00   | \$ 1,350.00         |                    |                    |                 |                 | \$ 1,350.00         | 10                |
| M. COSTURA RECTA - (2 AGUJAS)      | 3          | \$ 900.00   | \$ 2,700.00         |                    |                    |                 |                 | \$ 2,700.00         | 10                |
| M. ZIGZAG                          | 2          | \$ 600.00   | \$ 1,200.00         |                    |                    |                 |                 | \$ 1,200.00         | 10                |
| M. RECUBRIDORA                     | 1          | \$ 1,000.00 | \$ 1,000.00         |                    |                    |                 |                 | \$ 1,000.00         | 10                |
| M. BORDADORA                       | 1          | \$ 7,500.00 | \$ 7,500.00         |                    |                    |                 |                 | \$ 7,500.00         | 10                |
| M. CORTADORA (8 PULGADAS)          | 2          | \$ 450.00   | \$ 450.00           | \$ 450.00          |                    |                 |                 | \$ 900.00           | 10                |
| PLANCHADORA (A VAPOR)              | 2          | \$ 180.00   | \$ 180.00           | \$ 180.00          |                    |                 |                 | \$ 360.00           | 10                |
| M. PRETINADORA (YEXX MODELO 1508P) | 1          | \$ 1,600.00 |                     | \$ 1,600.00        |                    |                 |                 | \$ 1,600.00         | 10                |
| M. OJALADORA                       | 1          | \$ 2,400.00 | \$ 2,400.00         |                    |                    |                 |                 | \$ 2,400.00         | 10                |
| M. ELASTICADORA (4,6,8,12 AGUJAS)  | 1          | \$ 1,900.00 |                     | \$ 1,900.00        |                    |                 |                 | \$ 1,900.00         | 10                |
| <b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>      |            |             | <b>\$ 995.00</b>    | <b>\$ 20.00</b>    | <b>\$ 895.00</b>   | <b>\$ 20.00</b> | <b>\$ 20.00</b> |                     |                   |
| COMPUTADORA                        | 2          | \$ 875.00   | \$ 875.00           |                    | \$ 875.00          |                 |                 | \$ 1,750.00         | 3                 |
| IMPRESORA (TINTA CONTIN.)          | 1          | \$ 120.00   | \$ 120.00           |                    |                    |                 |                 | \$ 120.00           | 3                 |
| RECARGAS DE TINTA CONTINUA         | 4          | \$ 20.00    |                     | \$ 20.00           | \$ 20.00           | \$ 20.00        | \$ 20.00        | \$ 80.00            | 0                 |
| <b>MUEBLES Y ENSERES</b>           |            |             | <b>\$ 3,118.00</b>  | <b>\$ 610.00</b>   | <b>\$ 1,020.00</b> | <b>\$ -</b>     | <b>\$ -</b>     |                     |                   |
| MESA DE TRABAJO (CORTE)            | 4          | \$ 350.00   | \$ 700.00           | \$ -               | \$ 700.00          |                 |                 | \$ 1,400.00         | 10                |
| MESA PARA MÁQUINAS                 | 20         | \$ 100.00   | \$ 1,600.00         | \$ 400.00          |                    |                 |                 | \$ 2,000.00         | 10                |
| ESTANTERIAS (5 BANDEJAS)           | 4          | \$ 105.00   | \$ 210.00           | \$ 210.00          |                    |                 |                 | \$ 420.00           | 10                |
| ESCRITORIO                         | 2          | \$ 320.00   | \$ 320.00           |                    | \$ 320.00          |                 |                 | \$ 640.00           | 10                |
| TELÉFONO                           | 1          | \$ 25.00    | \$ 25.00            |                    |                    |                 |                 | \$ 25.00            | 10                |
| DISPENSADOR DE AGUA                | 1          | \$ 138.00   | \$ 138.00           |                    |                    |                 |                 | \$ 138.00           | 3                 |
| SILLAS                             | 25         | \$ 5.00     | \$ 125.00           |                    |                    |                 |                 | \$ 125.00           | 10                |
| <b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>      |            |             | <b>\$ 59.80</b>     | <b>\$ 27.80</b>    | <b>\$ 27.80</b>    | <b>\$ 27.80</b> | <b>\$ 27.80</b> |                     |                   |
| RESMA DE HOJAS A4                  | 15         | \$ 3.60     | \$ 10.80            | \$ 10.80           | \$ 10.80           | \$ 10.80        | \$ 10.80        | \$ 54.00            | 0                 |
| CALCULADORA                        | 2          | \$ 16.00    | \$ 32.00            |                    |                    |                 |                 | \$ 32.00            | 10                |
| CAJA DE LAPICES                    | 10         | \$ 3.60     | \$ 7.20             | \$ 7.20            | \$ 7.20            | \$ 7.20         | \$ 7.20         | \$ 36.00            | 0                 |
| CAJA DE ESFEROGRÁFICOS             | 5          | \$ 4.80     | \$ 4.80             | \$ 4.80            | \$ 4.80            | \$ 4.80         | \$ 4.80         | \$ 24.00            | 0                 |
| OTROS SOMINISTROS                  | 5          | \$ 5.00     | \$ 5.00             | \$ 5.00            | \$ 5.00            | \$ 5.00         | \$ 5.00         | \$ 25.00            | 0                 |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>124</b> |             | <b>\$ 24,702.80</b> | <b>\$ 4,787.80</b> | <b>\$ 1,942.80</b> | <b>\$ 47.80</b> | <b>\$ 47.80</b> | <b>\$ 31,529.00</b> |                   |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.6 Otros ingresos

**CUADRO N° 68 Ingresos por ventas de maquinarias y equipos**

| INGRESOS POR VENTA EN MÁQUINAS Y EQUIPOS |             |             |                  |             |                  |
|--|-------------|-------------|------------------|-------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN                              | AÑOS        |             |                  |             |                  |
|  | 2015        | 2016        | 2017             | 2018        | 2019             |
| <b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>            |             |             |                  |             |                  |
| COMPUTADORA                              | \$ -        | \$ -        | \$ 131.25        | \$ -        | \$ 131.25        |
| IMPRESORA (CON TINTA CONTINUA)           | \$ -        | \$ -        | \$ 18.00         | \$ -        | \$ -             |
| <b>MUEBLES Y ENSERES</b>                 |             |             |                  |             |                  |
| DISPENSADOR DE AGUA                      | \$ -        | \$ -        | \$ 20.70         | \$ -        | \$ -             |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>\$ -</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ 169.95</b> | <b>\$ -</b> | <b>\$ 131.25</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.7 Valor de desecho

**CUADRO N° 69 Valor de desecho**

| VALOR DE DESECHO (MÉTODO CONTABLE) |                           |                |                    |                         |                 |                    |
|------------------------------------|---------------------------|----------------|--------------------|-------------------------|-----------------|--------------------|
| ACTIVOS                            | VALOR DE COMPRA           | AÑOS VIDA ÚTIL | DEPREC. ANUAL      | AÑO DEPREC.             | DEPREC. ACUMUL. | VALOR EN LIBROS    |
| <b>MAQUINARIAS</b>                 |                           |                |                    |                         |                 |                    |
| M. OVERLOK (3 HILOS)               | \$ 600.00                 | 10             | \$ 60.00           | 5                       | \$ 300.00       | \$ 300.00          |
| M. OVERLOK (4 O 5 HILOS)           | \$ 650.00                 | 10             | \$ 65.00           | 5                       | \$ 325.00       | \$ 325.00          |
| M. COSTURA RECTA - (1 AGUJA)       | \$ 450.00                 | 10             | \$ 45.00           | 5                       | \$ 225.00       | \$ 225.00          |
| M. COSTURA RECTA - (2 AGUJAS)      | \$ 900.00                 | 10             | \$ 90.00           | 5                       | \$ 450.00       | \$ 450.00          |
| M. ZIGZAG                          | \$ 600.00                 | 10             | \$ 60.00           | 5                       | \$ 300.00       | \$ 300.00          |
| M. RECUBRIDORA                     | \$ 1,000.00               | 10             | \$ 100.00          | 5                       | \$ 500.00       | \$ 500.00          |
| M. BORDADORA                       | \$ 7,500.00               | 10             | \$ 750.00          | 5                       | \$ 3,750.00     | \$ 3,750.00        |
| M. CORTADORA (8 PULGADAS)          | \$ 450.00                 | 10             | \$ 45.00           | 5                       | \$ 225.00       | \$ 225.00          |
| PLANCHADORA (A VAPOR)              | \$ 180.00                 | 10             | \$ 18.00           | 5                       | \$ 90.00        | \$ 90.00           |
| M. PRETINADORA (YEXX MODELO 1508P) | \$ 1,600.00               | 10             | \$ 160.00          | 5                       | \$ 800.00       | \$ 800.00          |
| M. OJALADORA                       | \$ 2,400.00               | 10             | \$ 240.00          | 5                       | \$ 1,200.00     | \$ 1,200.00        |
| M. ELASTICADORA (4,6,8,12 AGUJAS)  | \$ 1,900.00               | 10             | \$ 190.00          | 5                       | \$ 950.00       | \$ 950.00          |
| <b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>      |                           |                |                    |                         |                 |                    |
| COMPUTADORA                        | \$ 875.00                 | 3              | \$ 291.67          | 5                       | \$ 1,458.33     | \$ (583.33)        |
| IMPRESORA (TINTA CONTIN.)          | \$ 120.00                 | 3              | \$ 40.00           | 5                       | \$ 200.00       | \$ (80.00)         |
| <b>MUEBLES Y ENSERES</b>           |                           |                |                    |                         |                 |                    |
| MESA DE TRABAJO (CORTE)            | \$ 350.00                 | 10             | \$ 35.00           | 5                       | \$ 175.00       | \$ 175.00          |
| MESA PARA MÁQUINAS                 | \$ 100.00                 | 10             | \$ 10.00           | 5                       | \$ 50.00        | \$ 50.00           |
| ESTANTERIAS (5 BANDEJAS)           | \$ 105.00                 | 10             | \$ 10.50           | 5                       | \$ 52.50        | \$ 52.50           |
| ESCRITORIO                         | \$ 320.00                 | 10             | \$ 32.00           | 5                       | \$ 160.00       | \$ 160.00          |
| TELÉFONO                           | \$ 25.00                  | 10             | \$ 2.50            | 5                       | \$ 12.50        | \$ 12.50           |
| DISPENSADOR DE AGUA                | \$ 138.00                 | 3              | \$ 46.00           | 5                       | \$ 230.00       | \$ (92.00)         |
| SILLAS                             | \$ 5.00                   | 10             | \$ 0.50            | 5                       | \$ 2.50         | \$ 2.50            |
| <b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>      |                           |                |                    |                         |                 |                    |
| CALCULADORA                        | \$ 16.00                  | 10             | \$ 1.60            | 5                       | \$ 8.00         | \$ 8.00            |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b> |                | <b>\$ 2,292.77</b> | <b>VALOR SALVAMENTO</b> |                 | <b>\$ 8,820.17</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.8 Costos de Producción

**CUADRO N° 70 Composición de los costos**

| COSTO DE PRODUCCIÓN (MENSUAL)               |             |                   |                 |                |                 |          |                    |               |                |                |
|---|-------------|-------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------|--------------------|---------------|----------------|----------------|
| PRODUCCIÓN                                  | UNID. PROD. | COSTOS POR UNIDAD |                 |                | CVu             | P.V.P    | MARGEN DE CONTRIB. |               | CONTRIB. VTA.  | TOTAL CONTRIB. |
|   |             | M.O.D             | MP.             | C.I.F.         |                 |          | \$                 | %             |                |                |
| PRODUCTO A (BLUSAS)                         | 1000        | \$ 3.74           | \$ 4.00         | \$ 1.50        | \$ 9.24         | \$ 11.00 | \$ 1.76            | 16.02%        | 40.00%         | 6.41%          |
| PRODUCTO B (FALDAS)                         | 750         | \$ 3.74           | \$ 4.00         | \$ 1.50        | \$ 9.24         | \$ 11.00 | \$ 1.76            | 16.02%        | 30.00%         | 4.81%          |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)                       | 750         | \$ 3.74           | \$ 8.00         | \$ 1.50        | \$ 13.24        | \$ 17.00 | \$ 3.76            | 22.13%        | 30.00%         | 6.64%          |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>2500</b> | <b>\$ 11.21</b>   | <b>\$ 16.00</b> | <b>\$ 4.50</b> | <b>\$ 31.71</b> |          | <b>\$ 7.29</b>     | <b>54.18%</b> | <b>100.00%</b> | <b>17.86%</b>  |
| VALOR DE M.O.D. POR UNIDADES TOTALES AL MES |             |                   |                 |                |                 |          |                    |               |                |                |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 71 Costos Projectados**

| COSTOS DE PRODUCCIÓN (PROYECTADO) |         |         |      |        |      |        |      |        |      |        |
|-----------------------------------|---------|---------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|
| PRODUCCIÓN                        | 2015    |         | 2016 |        | 2017 |        | 2018 |        | 2019 |        |
|                                   | MP.     | C.I.F.  | MP.  | C.I.F. | MP.  | C.I.F. | MP.  | C.I.F. | MP.  | C.I.F. |
| PRODUCTO A (BLUSAS)               | \$ 4.00 | \$ 1.50 | 4.20 | 1.58   | 4.41 | 1.65   | 4.63 | 1.74   | 4.86 | 1.82   |
| PRODUCTO B (FALDAS)               | \$ 4.00 | \$ 1.50 | 4.20 | 1.58   | 4.41 | 1.65   | 4.63 | 1.74   | 4.86 | 1.82   |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)             | \$ 8.00 | \$ 1.50 | 8.40 | 1.58   | 8.82 | 1.65   | 9.26 | 1.74   | 9.72 | 1.82   |
| % INCREMENTO ANUAL DE LOS COSTOS  |         | 1.25%   |      |        |      |        |      |        |      |        |
| INFLAC. PROM.                     | 3.75%   |         |      |        |      |        |      |        |      |        |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 72 Costos Con y Sin Asociatividad**

| COSTO DE PRODUCCIÓN (MENSUAL) CON ASOCIATIVIDAD |             |                   |                 |                |                                 |          |                    |               |                  |                |
|---|-------------|-------------------|-----------------|----------------|---------------------------------|----------|--------------------|---------------|------------------|----------------|
| PRODUCCIÓN                                      | UNID. PROD. | COSTOS POR UNIDAD |                 |                | CVu                             | P.V.P    | MARGEN DE CONTRIB. |               | CONTRIB. VTA.    | TOTAL CONTRIB. |
|   |             | M.O.D             | MP.             | C.I.F.         |                                 |          | \$                 | %             |                  |                |
| PRODUCTO A (BLUSAS)                             | 1000        | \$ 3.74           | \$ 4.00         | \$ 1.50        | \$ 9.24                         | \$ 11.00 | \$ 1.76            | 16.02%        | 40.00%           | 6.41%          |
| PRODUCTO B (FALDAS)                             | 750         | \$ 3.74           | \$ 4.00         | \$ 1.50        | \$ 9.24                         | \$ 11.00 | \$ 1.76            | 16.02%        | 30.00%           | 4.81%          |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)                           | 750         | \$ 3.74           | \$ 8.00         | \$ 1.50        | \$ 13.24                        | \$ 17.00 | \$ 3.76            | 22.13%        | 30.00%           | 6.64%          |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>2500</b> | <b>\$ 11.21</b>   | <b>\$ 16.00</b> | <b>\$ 4.50</b> | <b>\$ 31.71</b>                 |          | <b>\$ 7.29</b>     | <b>54.18%</b> | <b>100.00%</b>   | <b>17.86%</b>  |
| N° ART. EN COST.                                | 25          | UND. PROM. DIARIO |                 | 5              | FUENTE: DATOS DE INVESTIGACIÓN. |          |                    |               |                  |                |
| COSTO DE PRODUCCIÓN (MENSUAL) SIN ASOCIATIVIDAD |             |                   |                 |                |                                 |          |                    |               |                  |                |
| PRODUCCIÓN                                      | UNID. PROD. | COSTOS POR UNIDAD |                 |                | CVu                             | P.V.P    | MARGEN DE CONTRIB. |               | CONTRIB. B. VTA. | TOTAL CONTRIB. |
|   |             | M.O.D             | MP.             | C.I.F.         |                                 |          | \$                 | %             |                  |                |
| PRODUCTO A (BLUSAS)                             | 400         | \$ 4.00           | \$ 5.00         | \$ 3.00        | \$ 12.00                        | \$ 14.00 | \$ 2.00            | 14.29%        | 40.00%           | 5.71%          |
| PRODUCTO B (FALDAS)                             | 300         | \$ 4.00           | \$ 6.00         | \$ 3.00        | \$ 13.00                        | \$ 14.00 | \$ 1.00            | 7.14%         | 30.00%           | 2.14%          |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)                           | 300         | \$ 4.00           | \$ 10.00        | \$ 3.00        | \$ 17.00                        | \$ 20.00 | \$ 3.00            | 15.00%        | 30.00%           | 4.50%          |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>1000</b> | <b>\$ 12.00</b>   | <b>\$ 21.00</b> | <b>\$ 9.00</b> | <b>\$ 42.00</b>                 |          | <b>\$ 6.00</b>     | <b>36.43%</b> | <b>100.00%</b>   | <b>12.36%</b>  |
| N° ART. EN COST.                                | 25          | UND. PROM. DIARIO |                 | 2              | FUENTE: DATOS DE INVESTIGACIÓN. |          |                    |               |                  |                |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 73 Costos de Producción Anuales**

| <b>COSTOS DE PRODUCCIÓN (ANUALES)</b> |                      |                      |                     |                      |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| <b>PRODUCCIÓN</b>                     | <b>2015</b>          |                      |                     |                      |
|                                       | <b>M.O.D.</b>        | <b>M.P.</b>          | <b>C.I.F</b>        | <b>TOTAL</b>         |
| PRODUCTO A (BLUSAS)                   | \$ 44,850.00         | \$ 48,000.00         | \$ 18,000.00        | \$ 110,850.00        |
| PRODUCTO B (FALDAS)                   | \$ 33,637.50         | \$ 36,000.00         | \$ 13,500.00        | \$ 83,137.50         |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)                 | \$ 33,637.50         | \$ 72,000.00         | \$ 13,500.00        | \$ 119,137.50        |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>\$ 112,125.00</b> | <b>\$ 156,000.00</b> | <b>\$ 45,000.00</b> | <b>\$ 313,125.00</b> |
| <b>PRODUCCIÓN</b>                     | <b>2016</b>          |                      |                     |                      |
|                                       | <b>M.O.D.</b>        | <b>M.P.</b>          | <b>C.I.F</b>        | <b>TOTAL</b>         |
| PRODUCTO A (BLUSAS)                   | \$ 57,577.04         | \$ 52,920.00         | \$ 19,845.00        | \$ 130,342.04        |
| PRODUCTO B (FALDAS)                   | \$ 43,182.78         | \$ 39,690.00         | \$ 14,883.75        | \$ 97,756.53         |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)                 | \$ 43,182.78         | \$ 79,380.00         | \$ 14,883.75        | \$ 137,446.53        |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>\$ 143,942.59</b> | <b>\$ 171,990.00</b> | <b>\$ 49,612.50</b> | <b>\$ 365,545.09</b> |
| <b>PRODUCCIÓN</b>                     | <b>2017</b>          |                      |                     |                      |
|                                       | <b>M.O.D.</b>        | <b>M.P.</b>          | <b>C.I.F</b>        | <b>TOTAL</b>         |
| PRODUCTO A (BLUSAS)                   | \$ 61,428.94         | \$ 58,344.30         | \$ 21,879.11        | \$ 141,652.35        |
| PRODUCTO B (FALDAS)                   | \$ 46,071.71         | \$ 43,758.23         | \$ 16,409.33        | \$ 106,239.26        |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)                 | \$ 46,071.71         | \$ 87,516.45         | \$ 16,409.33        | \$ 149,997.49        |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>\$ 153,572.35</b> | <b>\$ 189,618.98</b> | <b>\$ 54,697.78</b> | <b>\$ 397,889.11</b> |
| <b>PRODUCCIÓN</b>                     | <b>2018</b>          |                      |                     |                      |
|                                       | <b>M.O.D.</b>        | <b>M.P.</b>          | <b>C.I.F</b>        | <b>TOTAL</b>         |
| PRODUCTO A (BLUSAS)                   | \$ 65,538.54         | \$ 64,324.59         | \$ 24,121.72        | \$ 153,984.85        |
| PRODUCTO B (FALDAS)                   | \$ 49,153.90         | \$ 48,243.44         | \$ 18,091.29        | \$ 115,488.64        |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)                 | \$ 49,153.90         | \$ 96,486.89         | \$ 18,091.29        | \$ 163,732.08        |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>\$ 163,846.34</b> | <b>\$ 209,054.92</b> | <b>\$ 60,304.30</b> | <b>\$ 433,205.57</b> |
| <b>PRODUCCIÓN</b>                     | <b>2019</b>          |                      |                     |                      |
|                                       | <b>M.O.D.</b>        | <b>M.P.</b>          | <b>C.I.F</b>        | <b>TOTAL</b>         |
| PRODUCTO A (BLUSAS)                   | \$ 69,923.06         | \$ 70,917.86         | \$ 26,594.20        | \$ 167,435.12        |
| PRODUCTO B (FALDAS)                   | \$ 52,442.30         | \$ 53,188.40         | \$ 19,945.65        | \$ 125,576.34        |
| PRODUCTO C (VESTIDOS)                 | \$ 52,442.30         | \$ 106,376.79        | \$ 19,945.65        | \$ 178,764.74        |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>\$ 174,807.66</b> | <b>\$ 230,483.05</b> | <b>\$ 66,485.49</b> | <b>\$ 471,776.21</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**4.20.9 Gastos en servicios básicos**

**CUADRO N° 74 Gastos por servicios básicos**

| <b>SERVICIOS BÁSICOS (ANUALES)</b> |                     |                 |                    |                  |                  |                  |                    |                    |
|------------------------------------|---------------------|-----------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| <b>RUBROS</b>                      | <b>UNID. MEDIDA</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>AL MES (\$)</b> | <b>2015</b>      | <b>2016</b>      | <b>2017</b>      | <b>2018</b>        | <b>2019</b>        |
| ENERGIA ELÉCTRICA                  | KILOVATIOS          | X               | \$ 25.00           | \$ 300.00        | \$ 315.00        | \$ 330.75        | \$ 347.29          | \$ 364.65          |
| AGUA                               | LITROS              | DIARIO          | \$ 20.00           | \$ 240.00        | \$ 252.00        | \$ 264.60        | \$ 277.83          | \$ 291.72          |
| TELÉFONO                           | MINUTOS             | X               | \$ 10.00           | \$ 120.00        | \$ 126.00        | \$ 132.30        | \$ 138.92          | \$ 145.86          |
| INTERNET                           | Mbps                | TARIFA          | \$ 20.00           | \$ 240.00        | \$ 252.00        | \$ 264.60        | \$ 277.83          | \$ 291.72          |
| <b>TOTAL</b>                       |                     |                 | <b>\$ 75.00</b>    | <b>\$ 900.00</b> | <b>\$ 945.00</b> | <b>\$ 992.25</b> | <b>\$ 1,041.86</b> | <b>\$ 1,093.96</b> |
| <b>% INCREM. ANUAL</b>             |                     | <b>5%</b>       |                    |                  |                  |                  |                    |                    |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.10 Gastos de ventas

**CUADRO N° 75 Gastos de ventas**

| GASTOS DE VENTAS (ANUALES)           |  |           |          |                    |                    |                    |                    |                    |
|--------------------------------------|--|-----------|----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| RUBROS                               | OBSERVACIÓN  | CANTIDAD  | V. UNIT. | 2015               | 2016               | 2017               | 2018               | 2019               |
| VALLA PUBLICITARIA                   | 2 POR AÑO  | 2         | \$ 60.00 | \$ 120.00          | \$ 126.00          | \$ 132.30          | \$ 138.92          | \$ 145.86          |
| BANNERS                              | 2 POR AÑO  | 2         | \$ 25.00 | \$ 50.00           | \$ 52.50           | \$ 55.13           | \$ 57.88           | \$ 60.78           |
| PUBLICIDAD EN RADIO                  | 15 POR MES   | 180       | \$ 4.00  | \$ 720.00          | \$ 756.00          | \$ 793.80          | \$ 833.49          | \$ 875.16          |
| OTROS GASTOS                         | M. ALTERNATIVOS (ELAB. ASOC.), VIÁTICOS Y ENSERES. |           |          | \$ 900.00          | \$ 945.00          | \$ 992.25          | \$ 1,041.86        | \$ 1,093.96        |
| <b>TOTAL</b>                         |  |           |          | <b>\$ 1,790.00</b> | <b>\$ 1,879.50</b> | <b>\$ 1,973.48</b> | <b>\$ 2,072.15</b> | <b>\$ 2,175.76</b> |
| <b>% INCREM. ANUAL DE LOS GASTOS</b> |  | <b>5%</b> |          |                    |                    |                    |                    |                    |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.11 Gastos administrativos

**CUADRO N° 76 Gastos administrativos**

| GASTOS ADMINISTRATIVOS (ANUALES) |                     |                     |                     |                     |                     |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| RUBROS                           | 2015                | 2016                | 2017                | 2018                | 2019                |
| SUELDOS PERSONAL ADMINIST.       | \$ 9,035.00         | \$ 11,590.09        | \$ 12,365.47        | \$ 13,192.72        | \$ 14,075.31        |
| MUEBLES Y ENSERES                | \$ 3,118.00         | \$ 610.00           | \$ 1,020.00         | \$ -                | \$ -                |
| SUMINISTROS DE OFICINA           | \$ 59.80            | \$ 47.80            | \$ 47.80            | \$ 47.80            | \$ 47.80            |
| CAPACITACIONES                   | \$ 600.00           | \$ 600.00           | \$ 600.00           | \$ -                | \$ -                |
| SERVICIOS BÁSICOS                | \$ 900.00           | \$ 945.00           | \$ 992.25           | \$ 1,041.86         | \$ 1,093.96         |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>\$ 13,712.80</b> | <b>\$ 13,792.89</b> | <b>\$ 15,025.52</b> | <b>\$ 14,282.38</b> | <b>\$ 15,217.07</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 77 Capacitación**

| NÚMERO   | PERIODO | DESCRIPCIÓN                             | VALOR     |
|--|---------|---|-----------|
| CAPACITACIÓN N° 1  | AÑO 1   | PODER DE NEGOCIACIÓN                    | \$ 200.00 |
| CAPACITACIÓN N° 2  |         | SERVICIO AL CLIENTE                     | \$ 200.00 |
| CAPACITACIÓN N° 3  |         | MARKETING Y VENTAS                      | \$ 200.00 |
| CAPACITACIÓN N° 4  | AÑO 2   | GRADUACIÓN DE TALLAS Y NUEVOS DISEÑOS   | \$ 200.00 |
| CAPACITACIÓN N° 5  |         | TÉCNICAS MODERNAS DE CORTE Y CONFECCIÓN | \$ 200.00 |
| CAPACITACIÓN N° 6  |         | MANTENIMIENTO DE MÁQUINAS DE COSTURA    | \$ 200.00 |
| CAPACITACIÓN N° 7  | AÑO 3   | GESTIÓN EMPRESARIAL                     | \$ 200.00 |
| CAPACITACIÓN N° 8  |         | PLANEACIÓN ESTRATEGICA                  | \$ 200.00 |
| CAPACITACIÓN N° 9  |         | ANÁLISIS Y GESTIÓN DE PROYECTOS         | \$ 200.00 |
| <b>MEDIANTE:</b> ENTIDADES DE APOYO, SERVICIOS PRESTADOS DE PROFESIONALES Y DEL PERSONAL CONTRATADO (CLIENTES INTERNOS). |         |   |           |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.12 Otros gastos operacionales

**CUADRO N° 78 Gastos de Mantenimiento de Máquinas y Equipos**

| GASTOS DE MANTENIMIENTO DE MÁQUINAS Y EQUIPOS |              |                           |              |              |              |
|---|--------------|---------------------------|--------------|--------------|--------------|
| DETALLE                                       | 2015         | 2016                      | 2017         | 2018         | 2019         |
| CANTIDAD DE MÁQUINAS (INVERS.)                | 22           | 3                         | 1            | 0            | 0            |
| MONTO DE MÁQUINAS Y EQUIPOS                   | \$ 21,525.00 | \$ 4,130.00               | \$ 875.00    | \$ -         | \$ -         |
| MONTO ACUM. TOTAL POR AÑO                     | \$ 21,525.00 | \$ 25,655.00              | \$ 26,530.00 | \$ 26,530.00 | \$ 26,530.00 |
| GASTO POR MANT. MÁQUINAS                      | \$ 645.75    | \$ 769.65                 | \$ 795.90    | \$ 795.90    | \$ 795.90    |
| <b>% DE MANTENIMIENTO</b>                     | <b>3%</b>    | CONSIDERANDO LA VIDA ÚTIL |              |              |              |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.13 Gastos no operacionales

**CUADRO N° 79 Gastos de Seguros de Máquinas**

| GASTOS DE SEGUROS DE MAQUINARIAS |              |              |              |              |              |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| DETALLE                          | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         |
| CANTIDAD DE MÁQUINAS             | 20           | 3            | 0            | 0            | 0            |
| MONTO DE MÁQUINAS                | \$ 20,530.00 | \$ 4,130.00  | \$ -         | \$ -         | \$ -         |
| MONTO ACUM. TOTAL POR AÑO        | \$ 20,530.00 | \$ 24,660.00 | \$ 24,660.00 | \$ 24,660.00 | \$ 24,660.00 |
| PRIMA DE SEGURO DE MÁQ.          | \$ 2,053.00  | \$ 2,466.00  | \$ 2,466.00  | \$ 2,466.00  | \$ 2,466.00  |
| % PRIMA DE LA ASEGURADORA        | 10%          |              |              |              |              |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.14 Capital de Trabajo

**CUADRO N° 80 Presupuesto de Ingresos**

| PRESUPUESTOS DE INGRESOS (ANUALES) |                      |                      |                      |                      |                      |
|------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| DETALLE                            | 2015                 | 2016                 | 2017                 | 2018                 | 2019                 |
| P.V.P. PRODUCTO A (BLUSAS)         | \$ 11.00             | \$ 11.41             | \$ 11.84             | \$ 12.28             | \$ 12.75             |
| P.V.P. PRODUCTO B (FALDAS)         | \$ 11.00             | \$ 11.41             | \$ 11.84             | \$ 12.28             | \$ 12.75             |
| P.V.P. PRODUCTO C (VESTIDOS)       | \$ 17.00             | \$ 17.64             | \$ 18.30             | \$ 18.99             | \$ 19.70             |
| VTAS. PRODUCTO A (BLUSAS)          | \$ 132,000.00        | \$ 143,797.50        | \$ 156,649.40        | \$ 170,649.94        | \$ 185,901.78        |
| VTAS. PRODUCTO B (FALDAS)          | \$ 99,000.00         | \$ 107,848.13        | \$ 117,487.05        | \$ 127,987.46        | \$ 139,426.34        |
| VTAS. PRODUCTO C (VESTIDOS)        | \$ 153,000.00        | \$ 166,674.38        | \$ 181,570.90        | \$ 197,798.80        | \$ 215,477.06        |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>\$ 384,000.00</b> | <b>\$ 418,320.00</b> | <b>\$ 455,707.35</b> | <b>\$ 496,436.19</b> | <b>\$ 540,805.18</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 81 Presupuesto de Egresos**

| PRESUPUESTO DE EGRESOS (ANUALES) |                      |                      |                      |                      |                      |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| DETALLE                          | 2015                 | 2016                 | 2017                 | 2018                 | 2019                 |
| COSTOS DE PRODUCCIÓN             | \$ 313,125.00        | \$ 365,545.09        | \$ 397,889.11        | \$ 433,205.57        | \$ 471,776.21        |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS           | \$ 13,712.80         | \$ 13,792.89         | \$ 15,025.52         | \$ 14,282.38         | \$ 15,217.07         |
| GASTOS DE VENTAS                 | \$ 1,790.00          | \$ 1,879.50          | \$ 1,973.48          | \$ 2,072.15          | \$ 2,175.76          |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>\$ 328,627.80</b> | <b>\$ 381,217.48</b> | <b>\$ 414,888.10</b> | <b>\$ 449,560.09</b> | <b>\$ 489,169.03</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 82 Presupuesto de Caja**

| PRESUPUESTO DE CAJA (ANUALES) |                                  |                     |                      |                      |                      |
|-------------------------------|----------------------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| DETALLE                       | 2015                             | 2016                | 2017                 | 2018                 | 2019                 |
| INGRESO ANUAL                 | \$ 384,000.00                    | \$ 418,320.00       | \$ 455,707.35        | \$ 496,436.19        | \$ 540,805.18        |
| EGRESO ANUAL                  | \$ 328,627.80                    | \$ 381,217.48       | \$ 414,888.10        | \$ 449,560.09        | \$ 489,169.03        |
| <b>SALDO</b>                  | <b>\$ 55,372.20</b>              | <b>\$ 37,102.52</b> | <b>\$ 40,819.25</b>  | <b>\$ 46,876.10</b>  | <b>\$ 51,636.15</b>  |
| <b>SALDO ACUMULADO</b>        | <b>\$ 55,372.20</b>              | <b>\$ 92,474.72</b> | <b>\$ 133,293.97</b> | <b>\$ 180,170.07</b> | <b>\$ 231,806.22</b> |
|                               | <b>CAPITAL DE TRABAJO MESUAL</b> |                     |                      |                      | <b>\$ 27,385.65</b>  |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.15 Roles de Pagos

**CUADRO N° 83 Ingresos Mensuales**

| ROLES DEL PERSONAL ASARENCOS (MENSUAL) |       |               |                   |             |             |                |                    |                    |                         |                  |                 |                   |                    |                        |
|--|-------|---------------|-------------------|-------------|-------------|----------------|--------------------|--------------------|-------------------------|------------------|-----------------|-------------------|--------------------|------------------------|
| N°                                     | ÁREA  | CARGO         | TIEMPO DE TRABAJO |             |             | INGRESOS       |                    |                    | OBLIGACIONES PATRONALES |                  |                 | LIQUIDO A RECIBIR | TOTAL MENSUAL      | TOTAL SIN OBLIG. PATR. |
|  |       |               | HORAS AL DÍA      | DÍAS AL MES | TOTAL HORAS | POR HORA       | RMU                | INGRESOS           | AP. PERSONAL            | AP. PATRONAL     | IECE + SECAP    |                   |                    |                        |
| 1                                      | ADM.  | ADMINISTRADOR | 8                 | 20          | 160         | \$ 2.19        | \$ 350.00          | \$ 350.00          | \$ 32.73                | \$ 39.03         | \$ 3.50         | \$ 274.75         | \$ 274.75          | \$ 350.00              |
| 1                                      | ADM.  | CONTADOR      | 8                 | 20          | 160         | \$ 2.16        | \$ 345.00          | \$ 345.00          | \$ 32.26                | \$ 38.47         | \$ 3.45         | \$ 270.83         | \$ 270.83          | \$ 345.00              |
| 25                                     | PROD. | OPERARIOS     | 8                 | 20          | 160         | \$ 2.16        | \$ 345.00          | \$ 345.00          | \$ 32.26                | \$ 38.47         | \$ 3.45         | \$ 270.83         | \$ 6,770.63        | \$ 8,625.00            |
|  |       | <b>TOTAL</b>  | <b>24</b>         | <b>60</b>   | <b>480</b>  | <b>\$ 6.50</b> | <b>\$ 1,040.00</b> | <b>\$ 1,040.00</b> | <b>\$ 97.24</b>         | <b>\$ 115.96</b> | <b>\$ 10.40</b> | <b>\$ 816.40</b>  | <b>\$ 7,316.20</b> | <b>\$ 9,320.00</b>     |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**CUADRO N° 84 Ingresos Proyectados**

| ROLES DEL PERSONAL ASARENCOS (PROYECTADO) |       |               |           |                                    |                     |               |               |               |               |               |               |               |
|---|-------|---------------|-----------|------------------------------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| N°  | ÁREA  | CARGO         | INGRESOS  |                                    | BENEFICIOS SOCIALES |               |               | AÑOS          |               |               |               |               |
|   |       |               | RMU       | INGRESOS                           | 13er. SUELDO        | 14to. SUELDO  | F. RESERVA    | 2015          | 2016          | 2017          | 2018          | 2019          |
| 1   | ADM.  | ADMINISTRADOR | \$ 350.00 | \$ 4,200.00                        | \$ 350.00           | \$ 566.67     | \$ 350.00     | \$ 4,550.00   | \$ 5,832.39   | \$ 6,222.57   | \$ 6,638.86   | \$ 7,083.00   |
| 1   | ADM.  | CONTADOR      | \$ 345.00 | \$ 4,140.00                        | \$ 345.00           | \$ 566.67     | \$ 345.00     | \$ 4,485.00   | \$ 5,757.70   | \$ 6,142.89   | \$ 6,553.85   | \$ 6,992.31   |
| 25  | PROD. | OPERARIOS     | \$ 345.00 | \$ 103,500.00                      | \$ 8,625.00         | \$ 14,166.67  | \$ 8,625.00   | \$ 112,125.00 | \$ 143,942.59 | \$ 153,572.35 | \$ 163,846.34 | \$ 174,807.66 |
|   | SBU   | \$ 340.00     |           | % INCREMENTO SUELDOS Y SBU POR AÑO | 6.69%               | \$ 121,160.00 | \$ 155,532.68 | \$ 165,937.82 | \$ 177,039.06 | \$ 188,882.97 |               |               |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.16 Estado de Resultado Consolidado

**CUADRO N° 85 Estado de Resultado Consolidado**

| ESTADO DE RESULTADO CONSOLIDADO                      |                     |                     |                     |                     |                     |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| DETALLE  | AÑOS                |                     |                     |                     |                     |
|  | 2015                | 2016                | 2017                | 2018                | 2019                |
| INGRESOS   | \$ 384,000.00       | \$ 418,320.00       | \$ 455,707.35       | \$ 496,436.19       | \$ 540,805.18       |
| INGRESOS POR VENTA DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS          | 0                   | 0                   | 169.95              | 0                   | 131.25              |
| INGRESOS POR APORTES DE LOS ASOCIADOS                | \$ 3,000.00         | \$ 4,500.00         | \$ 6,000.00         | \$ 7,500.00         | \$ 9,000.00         |
| (-) COSTOS DE VENTAS                                 | \$ 313,125.00       | \$ 365,545.09       | \$ 397,889.11       | \$ 433,205.57       | \$ 471,776.21       |
| <b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>                            | <b>\$ 73,875.00</b> | <b>\$ 57,274.91</b> | <b>\$ 63,988.19</b> | <b>\$ 70,730.63</b> | <b>\$ 78,160.22</b> |
|  |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>                      | <b>\$ 18,541.32</b> | <b>\$ 18,834.81</b> | <b>\$ 20,187.66</b> | <b>\$ 19,543.20</b> | <b>\$ 20,581.49</b> |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS (PROG. Y PROY.)               | \$ 13,712.80        | \$ 13,792.89        | \$ 15,025.52        | \$ 14,282.38        | \$ 15,217.07        |
| GASTOS DE VENTAS                                     | \$ 1,790.00         | \$ 1,879.50         | \$ 1,973.48         | \$ 2,072.15         | \$ 2,175.76         |
| GASTOS VARIOS (MANT. MÁQ.)                           | \$ 645.75           | \$ 769.65           | \$ 795.90           | \$ 795.90           | \$ 795.90           |
| DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS                        | \$ 2,292.77         | \$ 2,292.77         | \$ 2,292.77         | \$ 2,292.77         | \$ 2,292.77         |
| AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES                          | \$ 100.00           | \$ 100.00           | \$ 100.00           | \$ 100.00           | \$ 100.00           |
| <b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>                      | <b>\$ 55,333.68</b> | <b>\$ 38,440.10</b> | <b>\$ 43,800.53</b> | <b>\$ 51,187.43</b> | <b>\$ 57,578.74</b> |
|  |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>(-) GASTOS NO OPERACIONALES</b>                   | <b>\$ 9,256.13</b>  | <b>\$ 8,531.45</b>  | <b>\$ 7,259.18</b>  | <b>\$ 5,836.41</b>  | <b>\$ 4,245.32</b>  |
| GASTOS FINANCIEROS (INTERÉS SOBRE EL PREST.)         | \$ 7,203.13         | \$ 6,065.45         | \$ 4,793.18         | \$ 3,370.41         | \$ 1,779.32         |
| OTROS GASTOS NO OPERACIONALES (SEGURO MAQ.)          | \$ 2,053.00         | \$ 2,466.00         | \$ 2,466.00         | \$ 2,466.00         | \$ 2,466.00         |
| <b>(=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS</b> | <b>\$ 46,077.56</b> | <b>\$ 29,908.65</b> | <b>\$ 36,541.35</b> | <b>\$ 45,351.03</b> | <b>\$ 53,333.42</b> |
| (-) 15% DE PART. TRAB.                               | \$ 6,911.63         | \$ 4,486.30         | \$ 5,481.20         | \$ 6,802.65         | \$ 8,000.01         |
| <b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>               | <b>\$ 39,165.92</b> | <b>\$ 25,422.36</b> | <b>\$ 31,060.15</b> | <b>\$ 38,548.37</b> | <b>\$ 45,333.41</b> |
| (-) ? % IMPUESTO A LA RENTA                          | \$ -                | \$ -                | \$ -                | \$ -                | \$ -                |
| (-) 10 % RESERVA LEGAL                               | \$ 3,916.59         | \$ 2,542.24         | \$ 3,106.01         | \$ 3,854.84         | \$ 4,533.34         |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                                 | <b>\$ 35,249.33</b> | <b>\$ 22,880.12</b> | <b>\$ 27,954.13</b> | <b>\$ 34,693.54</b> | <b>\$ 40,800.07</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.17 Flujo de Caja Consolidado

**CUADRO N° 86 Flujo de Caja Consolidado**

| ESTADO DE RESULTADO CONSOLIDADO               |                |                |                |                |                |                |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| DETALLE                                       | AÑOS           |                |                |                |                |                |
|   | AÑOS 0         | 2015           | 2016           | 2017           | 2018           | 2019           |
| INGRESOS                                      | \$ 5,000.00    | \$ 384,000.00  | \$ 418,320.00  | \$ 455,707.35  | \$ 496,436.19  | \$ 540,805.18  |
| INGRESOS POR VENTA DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS   |                | 0              | 0              | 169.95         | 0              | 131.25         |
| INGRESOS POR APORTES DE LOS ASOCIADOS         |                | \$ 3,000.00    | \$ 4,500.00    | \$ 6,000.00    | \$ 7,500.00    | \$ 9,000.00    |
| (-) COSTOS DE VENTAS                          |                | \$ 313,125.00  | \$ 365,545.09  | \$ 397,889.11  | \$ 433,205.57  | \$ 471,776.21  |
| (=) UTILIDAD BRUTA                            |                | \$ 73,875.00   | \$ 57,274.91   | \$ 63,988.19   | \$ 70,730.63   | \$ 78,160.22   |
| (-) GASTOS OPERACIONALES                      |                | \$ 18,541.32   | \$ 18,834.81   | \$ 20,187.66   | \$ 19,543.20   | \$ 20,581.49   |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS (PROG. Y PROY.)        |                | \$ 13,712.80   | \$ 13,792.89   | \$ 15,025.52   | \$ 14,282.38   | \$ 15,217.07   |
| GASTOS DE VENTAS                              |                | \$ 1,790.00    | \$ 1,879.50    | \$ 1,973.48    | \$ 2,072.15    | \$ 2,175.76    |
| GASTOS VARIOS (MANT. MÁQ.)                    |                | \$ 645.75      | \$ 769.65      | \$ 795.90      | \$ 795.90      | \$ 795.90      |
| (-) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS             |                | \$ 2,292.77    | \$ 2,292.77    | \$ 2,292.77    | \$ 2,292.77    | \$ 2,292.77    |
| (-) AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES               |                | \$ 100.00      | \$ 100.00      | \$ 100.00      | \$ 100.00      | \$ 100.00      |
| (=) UTILIDAD OPERACIONAL                      |                | \$ 55,333.68   | \$ 38,440.10   | \$ 43,800.53   | \$ 51,187.43   | \$ 57,578.74   |
| (-) GASTOS NO OPERACIONALES                   |                | \$ 9,256.13    | \$ 8,531.45    | \$ 7,259.18    | \$ 5,836.41    | \$ 4,245.32    |
| GASTOS FINANCIEROS (INTERÉS SOBRE EL PREST.)  |                | \$ 7,203.13    | \$ 6,065.45    | \$ 4,793.18    | \$ 3,370.41    | \$ 1,779.32    |
| OTROS GASTOS NO OPERACIONALES (SEGURO MAQ.)   |                | \$ 2,053.00    | \$ 2,466.00    | \$ 2,466.00    | \$ 2,466.00    | \$ 2,466.00    |
| (=) UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB. E IMPUESTOS |                | \$ 46,077.56   | \$ 29,908.65   | \$ 36,541.35   | \$ 45,351.03   | \$ 53,333.42   |
| (-) 15% DE PART. TRAB.                        |                | \$ 6,911.63    | \$ 4,486.30    | \$ 5,481.20    | \$ 6,802.65    | \$ 8,000.01    |
| (=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS               |                | \$ 39,165.92   | \$ 25,422.36   | \$ 31,060.15   | \$ 38,548.37   | \$ 45,333.41   |
| (-) ? % IMPUESTO A LA RENTA                   |                | \$ -           | \$ -           | \$ -           | \$ -           | \$ -           |
| (-) 10 % RESERVA LEGAL                        |                | \$ 3,916.59    | \$ 2,542.24    | \$ 3,106.01    | \$ 3,854.84    | \$ 4,533.34    |
| UTILIDAD NETA                                 |                | \$ 35,249.33   | \$ 22,880.12   | \$ 27,954.13   | \$ 34,693.54   | \$ 40,800.07   |
| (+) DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS             |                | \$ 2,292.77    | \$ 2,292.77    | \$ 2,292.77    | \$ 2,292.77    | \$ 2,292.77    |
| (+) AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES               |                | \$ 100.00      | \$ 100.00      | \$ 100.00      | \$ 100.00      | \$ 100.00      |
| (-) INVERSIÓN                                 | \$ (12,660.00) | \$ (24,643.00) | \$ (4,740.00)  | \$ (1,895.00)  | \$ -           | \$ -           |
| (+) PRÉSTAMO                                  | \$ 60,888.65   |                |                |                |                |                |
| (-) AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO                 |                | \$ (9,616.90)  | \$ (10,754.58) | \$ (12,026.84) | \$ (13,449.62) | \$ (15,040.71) |
| (-) CAPITAL DE TRABAJO                        | \$ (27,385.65) |                |                |                |                |                |
| (+) RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO        |                |                |                |                |                | \$ 27,385.65   |
| (+) VALOR DE DESECHO                          |                |                |                |                |                | \$ 8,820.17    |
| (+) INVERSIONES                               |                |                |                |                |                |                |
| (=) EUJUO NETO DEL EFECTIVO                   | \$ (25,843.00) | \$ 3,382.20    | \$ 9,778.31    | \$ 16,425.06   | \$ 23,636.68   | \$ 64,357.94   |
| FLUJO NETO ACUMULADO                          | \$ (25,843.00) | \$ (22,460.80) | \$ (12,682.49) | \$ 3,742.56    | \$ 27,379.25   | \$ 91,737.19   |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.18 Punto de Equilibrio

$$IT = VENTAS$$

$$CT = CF + CV$$

CANTIDAD MÍNIMA DE PRODUCCIÓN

$$Pq = CF + CVq$$

$$Pq - CVq = CF$$

$$q = \frac{(P - CV)}{P - CV} = \frac{CF}{P - CV}$$

$$q = \frac{CF}{P - CV}$$

| BLUSAS  | FALDAS  | FALDAS   |
|---|---|--|
| $q = \frac{CF}{P - CV}$                       | $q = \frac{CF}{P - CV}$                       | $q = \frac{CF}{P - CV}$                        |
| $q = \frac{\$ 12,227.77}{\$ 11.00 - \$ 9.24}$ | $q = \frac{\$ 12,227.77}{\$ 11.00 - \$ 9.24}$ | $q = \frac{\$ 12,227.77}{\$ 17.00 - \$ 13.24}$ |
| $q = 6938$                                    | $q = 6938$                                    | $q = 3250$                                     |
| $ITE = P * Q$                                 | $ITE = P * Q$                                 | $ITE = P * Q$                                  |
| $ITE = \$ 76,315.14$                          | $ITE = \$ 76,315.14$                          | $ITE = \$ 55,248.38$                           |
| $CT = CF + CV * q$                            | $CT = CF + CV * q$                            | $CT = CF + CV * q$                             |
| $CT = \$ 76,315.14$                           | $CT = \$ 76,315.14$                           | $CT = \$ 55,248.38$                            |
| $q = 17125$                                   | $ITE = \$ 207,878.66$                         | $CT = \$ 207,878.66$                           |

#### 4.20.19 Evaluación Económica

CUADRO N° 87 Métodos de Evaluación Económica

| MÉTODOS DE EVALUACIÓN ECONÓMICA |                |                   |                       |
|---------------------------------|----------------|-------------------|-----------------------|
| N° PERIODO                      | VALOR          | VAN               | TIR                   |
| AÑOS 0                          | \$ (25,843.00) | \$ 45,555.53      | 47.94%                |
| 2015                            | \$ 3,382.20    |                   |                       |
| 2016                            | \$ 9,778.31    |                   |                       |
| 2017                            | \$ 16,425.06   |                   |                       |
| 2018                            | \$ 23,636.68   |                   |                       |
| 2019                            | \$ 64,357.94   | <b>VAN &gt; 0</b> | <b>TIR &gt; TMARX</b> |
| <b>TMARX</b>                    | 13.03%         | <b>ACEPTABLE</b>  | <b>ACEPTABLE</b>      |
| <b>PR</b>                       | 2 AÑOS         | 1 MESES           | 0.018988082           |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.20 Payback

**CUADRO N° 88 Payback**

| PAYBACK | SALDO INICIAL | FLUJO DE CAJA | RENTABILIDAD | RECUPERACIÓN |
|---------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| 2015    | \$ 25,843.00  | \$ 3,382.20   | \$ 3,057.23  | \$ 324.97    |
| 2016    | \$ 324.97     | \$ 9,778.31   | \$ 38.44     | \$ 9,739.86  |
| 2017    | \$ 9,739.86   | \$ 16,425.06  | \$ 1,152.23  | \$ 15,272.83 |
| 2018    | \$ 15,272.83  | \$ 23,636.68  | \$ 1,806.78  | \$ 21,829.91 |
| 2019    | \$ 21,829.91  | \$ 64,357.94  | \$ 2,582.48  | \$ 61,775.46 |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

#### 4.20.21 Ingresos comparativos

**CUADRO N° 89 Ingreso Comparativo Mensual**

| INGRESOS (MENSUAL) |                     |                     |
|--------------------|---------------------|---------------------|
| PRODUCTOS          | CON ASOC.           | SIN ASOC.           |
| BLUSAS             | \$ 11,000.00        | \$ 5,600.00         |
| FALDAS             | \$ 8,250.00         | \$ 4,200.00         |
| VESTIDOS           | \$ 12,750.00        | \$ 6,000.00         |
| <b>TOTAL</b>       | <b>\$ 32,000.00</b> | <b>\$ 15,800.00</b> |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

**GRÁFICO N° 57 Ingresos Comparativos Con y Sin Asociatividad**



Fuente: Datos de la investigación.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

En la gráfica muestra la tendencia de ventas en donde se aprecia un incremento aplicando las estrategias de trabajo colectivo, considerando un número total de 25 artesanos en costura con la asociatividad se logrará producir un promedio de 5 prendas de vestir y 2 sin ella. Es notable que el panorama comercial y de producción con este mecanismo de cooperación sea favorable y próspero.

## 4.21 Cronograma

### CUADRO N° 90 Cronograma

| ACTIVIDADES   | CRONOGRAMA GENERAL DE ACTIVIDADES |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|-----------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
|   | 2013                              |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 2014 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | 2015 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   | E                                 | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | E    | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D | E    | F | M | A | M | J | J | A | S | O | N | D |
| Socialización del propósito del trabajo de titulación (Asamblea General de la Comuna) | ■                                 | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Diagnosticar la situación actual del objeto de estudio                                | ■                                 | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Aplicación de encuestas a artesanos en costura  | ■                                 | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Identificación fortalezas y debilidades   |                                   | ■ | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Identificación de oportunidades y amenazas  |                                   | ■ | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Socialización del avance realizado  |                                   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Aplicación de encuestas a artesanos en costura  |                                   |   |   | ■ | ■ | ■ |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Aplicación de encuestas a clientes  |                                   |   |   | ■ | ■ | ■ |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Aplicación de encuestas a directivos de la comunidad                                  |                                   |   |   | ■ | ■ | ■ |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Tabulación de resultados  |                                   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Análisis e interpretación de la información   |                                   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Realizar las conclusiones y recomendaciones   |                                   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Realizar la propuesta en bases a la información obtenida                              |                                   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Socialización de los estatutos de constitución y reglamento interno                   |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Realizar las modificaciones pertinentes al avance de la propuesta                     |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Implementación de valores y de una cultural de cooperación                            |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Identificación y selección de las necesidades de capacitación                         |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Socializar la estructura organizacional propuesta                                     |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Elegir las dignidades provisionales (Estruc. Organizacional)                          |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Establecimiento del órgano funcional  |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Desarrollo de la planeación estratégica   |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Realizar juegos de roles y mesas participativas                                       |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Desarrollo del estudio económico  |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Realización de la asamblea constitutiva   |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Aprobación de estatutos y reglamento interno  |                                   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Firma de la acta constitutiva por los asociados.                                      |                                   |   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Solicitud de constitución a la SEPS   |                                   |   |   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Presentación y aprobación del trabajo final   |                                   |   |   |   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Sustentación del trabajo de titulación  |                                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | ■ | ■ |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Entrega del trabajo final a los artesanos en costura                                  |                                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   | ■ |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Seguimiento y control   |                                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| La puesta en marcha de proyectos  |                                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   |                                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   |                                   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |      |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

## 4.22 Conclusiones

1. Los artesanos en costura muestran interés, la mayor parte de ellos han sentido la necesidad de agruparse y están conscientes que de forma colectiva se puede lograr buenos resultados, la asociatividad como mecanismo de cooperación ofrece beneficios como: incrementar el poder de negociación con proveedores, la producción a escala, acceso a financiamiento, capacitación, ingreso a nuevos mercados, solución problemas comunes, se puede conseguir lo que tanto se anhela: la constitución legal de una organización; en este trabajo se detalla el proceso asociativo, encaminado a fortalecer la competitividad, desarrollar las habilidades de los beneficiarios directos, generando un trabajo estable y digno que fomente el trabajo en equipo, encaminado a regenerar sus condiciones de vida y sobre todo a impulsar el progreso sustentable y sostenible dentro de la localidad tal como menciona el Plan Nacional para el Buen Vivir.
2. El plan de asociatividad es una herramienta vital para lograr metas comunes, caracterizado por su independencia jurídica y gerencial, los artesanos en costura incrementaría su producción, en base a una cultura de confianza mutua, responsabilidad, compromisos y sentido de pertenencia, mediante políticas y estrategias llegaría a potencializar sus fortalezas para aprovechar las oportunidades en el mercado peninsular, así mismo contrastar las amenazas superando debilidades. Promueve la matriz productiva - sector artesanal a nivel local, unificando esfuerzos de manera voluntaria con el fin de mejorar su competitividad, obtener una mayor participación en el mercado peninsular.
3. El modelo asociativo propuesto es el eje transversal para el mejoramiento de la competitividad de los artesanos en costura, define y caracteriza a la asociatividad adoptando el rol protagónico de los elementos que persiguen

la creación de valor en cada área y actividades, posibilita la reducción de costos, incorporación de tecnología, acceso a nuevos mercados a través de los canales de distribución, implantando un nuevo enfoque o sistema de comercialización que permitiría incrementar considerablemente el volumen de venta, logrando un poder de negociación satisfactoria ante los proveedores, lo que impulsaría a producir a gran escala, así mismo, tendría acceso a capacitaciones para estructurar eficazmente la propuesta de valor a fin de generar ventajas competitivas aumentando la productividad y rentabilidad para los artesanos en costura.

4. La estructura organizacional brinda un clima de trabajo satisfactorio para el desarrollo de las actividades, especificando las funciones a realizar se obtiene un panorama más claro para la consecución de objetivos comunes referente a sus niveles de jerarquía; los indicadores de gestión y factores críticos de éxitos son preponderantes, por tal motivo la propuesta está estructurada con los lineamientos pertinentes para el buen desarrollo de operaciones y para orientar los proyectos a corto, mediano y largo plazo con el apoyo externo de entidades privadas y públicas que tiene gran trascendencia para la puesta en marcha de los mismos. El estudio económico interpreta que la propuesta es factible, además permite visionar la asociación a futuro en términos de cinco años, evaluando su movimiento económico, estableciendo su capital de trabajo y su grado de apalancamiento, considerando un financiamiento interno y externo, tiene una tasa interna de retorno del 47.94%, un valor actual neto de \$45.555.53 con un periodo de recuperación de 2 años y 1 mes.

#### **4.23 Recomendaciones**

1. Desarrollar la propuesta con la participación de los artesanos en costura y con intervención de instituciones del Estado que fomenta la asociatividad, para cumplir con los lineamientos prescritos en el presente trabajo que persigue la constitución legal de una asociación, en función a generar un impacto positivo que viabilice la consecución de los objetivos trazados con la ejecución de estrategias que consolide la competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.
2. El contenido del presente trabajo direcciona el modelo de trabajo cooperativo, por lo que es recomendable mantener sentido de pertenencia, confianza y buena comunicación, ejecutando acciones que encamine al eficaz cumplimiento de las directrices de las operaciones, con el proceso productivo y de comercialización crear barreras de entradas para nuevos competidores, buscando la excelencia elaborando prendas de vestir con modelos innovadores a precios accesibles, es decir, que sean buenos y que conserven innovación. Para aquello, es importante el trabajo en equipo, solo unificando esfuerzos se logran grandes cambios.
3. Se debe establecer un mercado o nicho de mercado, canales de distribución para contar con una demanda alta que permita producir a gran escala. Por lo consiguiente, se debe adquirir máquinas, equipos y herramientas necesarias que accedan una mejora en la productividad mediante la confección de prendas de vestir de calidad, soslayando las adversidades y rompiendo paradigmas direccionado a tomar decisiones estratégicas de crecimiento y a la asunción de riesgos para enfrentar nuevos desafíos con mira a engrandecer su competitividad empresarial.
4. Se recomienda que las instituciones privadas y públicas participen activamente para transformar la matriz productiva de la provincia de Santa

Elena y opten por colaborar en el desarrollo productivo artesanal, brindando asistencia técnica, acompañamiento, apoyo financiero y capacitación a los artesanos en costura. Una vez, conseguido el propósito del presente trabajo de titulación sería favorable que estudiantes universitarios elaboren planes de marketing o planeación estratégica encaminado a dar una mayor congruencia al direccionamiento y enfoque empresarial de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Albert, M. J. (2007). *Metodología cuantitativa de la investigación: el proceso de investigación*. España: McGraw Hill.
- Álvarez, C. E. (2006). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso del investigación* (Cuarta ed.). Bogotá: Limusa.
- Arévalo, N., & Calderon, B. (3 de Septiembre de 2010). *www.slideshare.net*. Recuperado el 27 de Abril de 2014, de *www.slideshare.net*: <http://www.slideshare.net/natiare/calidad-de-servicio-5125559>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (29 de Diciembre de 2010). *http://www.wipo.int*. Recuperado el 05 de 05 de 2014, de <http://www.wipo.int>: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (14 de MARzo de 2014). Boletín Mensual 24. *Mercado Textil del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (Sexta ed.). México: McGraw Hill.
- Beltrán Jaramillo, J. M. (2007). *Indicadores de gestión - Herramientas para lograr la competitividad* (Segunda ed.). Colombia: 3R Edotores.
- Bernal, J. J., Sánchez, J. F., & Martínez, S. M. (2007). *20 Herramientas para la toma de decisiones*. Madrid: España.
- Biblioteca Virtual de la Universidad Tecnológica de El Salvador. (2003). El Salvador.

- Cano Flores, M., Díaz Cerón, A. M., & Olivera Gómez, D. (2008). La planeación estratégica en el ámbito de la mercadotecnia. *La planeación estratégica en el ámbito de la mercadotecnia*.
- Chaverra, D. (14 de Octubre de 2008). Estrategias gerenciales - Gerencia para el emprendimiento - Gerencia de proyectos - Gestión por resultados - Gestión tecnológica. *Estrategias gerenciales - Gerencia para el emprendimiento - Gerencia de proyectos - Gestión por resultados - Gestión tecnológica*.
- Clinea. (3 de Noviembre de 2008). Guía para formular proyecto de inversión en las pequeñas empresas panificadoras de la ciudad de San Miguel. San Miguel.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inver. (29 de Diciembre de 2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. *Constitución de la República del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador.
- Copyright@dequate.com. (23 de Febrero de 2004). *www.dequate.com*. Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de *www.dequate.com*: <http://www.dequate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm#.UvcJ1GJ5ONU>
- Craver, C., & Darden, L. (2005). *Número especial sobre los mecanismos de la biología - Estudios de historia y filosofía de las ciencias biológicas y biométricas*.
- Diccionario de la Real Academia Española. (2012). Diccionario de la Real Academia Española. *Diccionario de la Real Academia Española*.
- ECUADOR TV . (s.f.). *ECUADOR TV*. Recuperado el 28 de JULIO de 2013, de ECUADOR TV: <http://www.ecuadortv.ec/>
- es.wikipedia.org*. (s.f.). Obtenido de *es.wikipedia.org*: [http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena\\_de\\_valor](http://es.wikipedia.org/wiki/Cadena_de_valor)

- Estrella, D. (21 de Abril de 2010). *www.slideshare.net*. Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de *www.slideshare.net*: [http://www.slideshare.net/destrella/matrices-estrategicas?qid=02081747-9833-4f63-a2ee-d2fc859fccb7&v=qf1&b=&from\\_search=1](http://www.slideshare.net/destrella/matrices-estrategicas?qid=02081747-9833-4f63-a2ee-d2fc859fccb7&v=qf1&b=&from_search=1)
- Francés, A. (2006). *Estrategias y planes para la empresa: con el cuadro de mando integral* (Primera ed.). México: Pearson Educación.
- Franco Clavijo, H., & Bautista, J. (2009). *Asociatividad empresarial camino a la competitividad*.
- Generalitat Valenciana, & Centros Europeos de Empresas Inovadoras (Edits.). (2008). *www.emprenemjunts.es*. (Unión Europea, & Escuelas de Negocios FUNDESEM, Productores) Recuperado el 14 de Octubre de 2012, de *www.redceei.com*: [http://www.comunidadilgo.org/contenido/porta1/portaldoc157\\_3.pdf?73580d955ad7b605dc16c15918d6d5de](http://www.comunidadilgo.org/contenido/porta1/portaldoc157_3.pdf?73580d955ad7b605dc16c15918d6d5de)
- González, R. (2008). *Asociatividad: pautas para la conformación de grupos asociativos de micro y pequeñas empresas turística*.
- Hernández Sampieri, R., & et al. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta Ed. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta Ed. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Iidelfonso Grande, E., & Abascal Fernández, E. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial* (Décima ed.). Madrid - Espana: Esic.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010).
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). *Censo de Desarrollo y vivienda*.
- Jireth R., J. (2008). *Teoría organizacional*. México: Pearson Educación.
- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (s.f.). *Junta Nacional de DEfensa del Artesano*. Ecuador.
- Kaes, R. (2008). *Procesos asociativos e interdiscursividad en los grupos*.
- kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* (Octava ed.). México: Pearson Educación.

- La Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (s.f.). *www.aite.com.ec*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2013, de *www.aite.com.ec*: [http://www.aite.com.ec/index.php?option=com\\_phocadownload&view=sections&Itemid=1](http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=sections&Itemid=1)
- Ley de Defensa del Artesano. (27 de Octubre de 1953). Ley de Defensa del Artesano. *Ley de Defensa del Artesano*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador.
- Ley de Economía Popular y Solidaria. (10 de Mayo de 2011). Ley de Economía Popular y Solidaria. *Ley de Economía Popular y Solidaria*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador.
- Ley de Fomento Artesanal. (29 de Mayo de 1986). Ley de Fomento Artesanal. *Ley de Fomento Artesanal*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador.
- Ley de Régimen Tributario Interno. (10 de Mayo de 2011). Ley de Régimen Tributario Interno. *Ley de Régimen Tributario Interno*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador.
- Ley Orgánica de Educación Superior. (12 de Octubre de 2010). Ley Orgánica de Educación Superior. *Ley Orgánica de Educación Superior*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador.
- Liendo, M. G., & Martínez, A. M. (Noviembre de 2006). Asociatividad una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. *Sexta Jornadas de "Investigaciones en la Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas*. Rosario, Argentina: Universidad Nacional de Rosario.
- López Cerdán, C. (2003). *Redes empresariales - experiencias en la región andina*. Perú.
- Magnazo, C., Orchansky, C., & et al. (2007). Estrategias asociativas para la micro y pequemas empresas. *Primera*. (C. O.-P. AREA, Ed.) Buenos Aires, Argentina.
- Maratuech Parodi, w. (26 de Julio de 2009). Tipos de asociatividad. *Tipos de asociatividad*.

- Marco, P. (2010). *El Mercado del Sector Textil del Ecuador*. España: Instituto Español de comercio Exterior ICEX.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (s.f.).
- Ormazábal A., C. (21 de Noviembre de 2011). *www.nacionpm.com*. Recuperado el 9 de Febrero de 2014, de *www.nacionpm.com*: <http://www.nacionpm.com/2011/11/21/%C2%BFcomo-calculiar-el-tamano-del-mercado-y-estimar-la-demanda-por-nuestros-productos/>
- Parreño Selva, J., Ruíz Conde, E., & Casado Díaz, A. B. (2008). *Dirección comercial - Los instrumentos del marketing* (Cuarta ed.). España: Club Universitario.
- Perego, L. H. (2006). *Compatitividad a partir de los agrupamientos industriales. Un Modelo Integrado y Replicable de Clústers Productivos* (Primera Ed. ed.). Argentina: Eumed. net.
- Perrone, N., Azcategui, A., & Espinoza, J. (8 de Septiembre de 2009). *www.slideshare.net*. (Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Ed.) Recuperado el 27 de 04 de 2014, de *www.slideshare.net*: <http://www.slideshare.net/nperrone/estrategia-de-venta>
- Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017. (24 de Junio de 2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017. *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017*. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional del Ecuador .
- planeacionestrategica. (2 de Junio de 2009). *planeacionestrategica.blogspot.e*. Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de *planeacionestrategica.blogspot.e*: <http://planeacionestrategica.blogspot.es/1243897868/>
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Obtenido de <http://coyunturaeconomica.com/marketing/cinco-fuerzas-competitivas-de-michael-porter>
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Porter, M. (1982). *Estrategia competitiva*. México: CECSA.

- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Porter, M. (1991). *Ventaja competitiva de las naciones* (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: Vergara.
- Porter, M. (s.f.). *You Tube*. Recuperado el 21 de 12 de 2013, de Yoy Tube: <http://www.youtube.com/watch?v=0E0e6NqcT0M>
- Rodríguez Flores, A. M. (2013). "Plan de asociativo aplcado a las modistas de la cabecera parroquial de Chanduy, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2013". Santa Elena, Santa Elena, Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Rojnik La Riva, B. G. (s.f.). Productividad en el servicio. *Productividad en el servicio*.
- Ruedas de Negocios del Ecuador*. (s.f.). Recuperado el 31 de Marzo de 2014, de [http://www.ruedadenegocios.com.ec/que\\_es.html](http://www.ruedadenegocios.com.ec/que_es.html)
- Servicios de Rentas Internas. (s.f.).
- Stephen, P., Robbins, & Coulter, M. (2005). *Administración* (Octava ed.). México: Pearson Educación.
- Stoner, J. A., Gilbert, D. R., & Freeman, R. E. (2006). *Administración* (Sexta ed.). México: Pearson Educación.
- Tomalá Neira, V. (2009). "Modelo de microempresas asociativas para el sector artesanal de sastrería, corte y confección en la ciudad de Santa Elena. Santa Elena, Santa Elena, Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Vegas Rodríguez, J. C. (2008). Asociatividad. *Asociatividad - Proyecto de cooperación UE - Perú / PENX*.
- Villaro, A. (13 de Octubre de 2012). *www.slideshare.net*. Recuperado el 18 de Febrero de 2014, de [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net/Alejavillaro/matrices-estrategicas): <http://www.slideshare.net/Alejavillaro/matrices-estrategicas>
- Whitelaw, R. (2009). *Mecanismos de cooperación en sistemas productivos locales* (Universidad Católica de Lovaina ed.).

- [www.admindeempresas.blogspot.com](http://www.admindeempresas.blogspot.com). (Abril de 2011).  
*www.admindeempresas.blogspot.com*. Recuperado el 21 de Febrero de 2014, de [www.admindeempresas.blogspot.com](http://www.admindeempresas.blogspot.com):  
<http://admindeempresas.blogspot.com/2011/04/las-matrices-de-analisis-estrategico.html>
- www.ehowenespanol.com*. (s.f.). Recuperado el 27 de Abril de 2014, de [www.ehowenespanol.com](http://www.ehowenespanol.com): [http://www.ehowenespanol.com/definicion-participacion-mercado-sobre\\_360828/](http://www.ehowenespanol.com/definicion-participacion-mercado-sobre_360828/)
- www.eumed.net*. (s.f.). Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de [www.eumed.net](http://www.eumed.net):  
<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/2c.htm>
- www.formate-gratis.es*. (s.f.). Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de [www.formate-gratis.es](http://www.formate-gratis.es): <http://www.formate-gratis.es/posibilidades-de-dif.html>
- www.redautonomos.es*. (s.f.). Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de [www.redautonomos.es](http://www.redautonomos.es):  
<http://redautonomos.es/calidad-innovacion/ventaja-competitiva>
- www.redcomunicacioncomunitaria.org*. (s.f.). Recuperado el 29 de Enero de 2013, de [www.redcomunicacioncomunitaria.org](http://www.redcomunicacioncomunitaria.org):  
<http://www.redcomunicacioncomunitaria.org/documentos/Presentacion%20Asociatividad.pdf>
- Zabala Salazar, H. E. (2007). Asociatividad, redes sociales y desarrollo local. (F. U. Colombia, Ed.) Colombia.

## GLOSARIO

**Alianza:** Acuerdo entre dos o más empresas para alcanzar un conjunto de objetivos comunes en base a compartir recursos, en un entorno de incertidumbre sobre los resultados de la misma alianza.

**Calidad:** Conjunto de las propiedades y características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como su capacidad para satisfacer los requerimientos del cliente.

**Producto:** Conjunto de atributos o características tangibles (que se puede tocar) o intangibles (que no se puede tocar) reconocidos e identificados por el comprador.

**Marca:** Nombre, término, símbolo, diseño o combinación de estos elementos que identifica los productos de un vendedor y los diferencia de la competencia.

**Innovar:** Significa cambiar y dar una presentación diferente al producto, diferencia el servicio brindado. Es un proceso constante e impulsado por la empresa. Asume riesgo por la toma de decisiones.

**Sinergia:** Resalta la búsqueda de complementariedad positiva entre las distintas tareas o actuaciones que constituyen de forma global la actividad de la empresa.

**Marketing:** Proceso mediante el cual las empresas crean valor y establecen relaciones sólidas con los clientes y (valor de los clientes) para satisfacer sus necesidades y con el fin de lograr las metas organizacionales.

**Productividad:** Relación entre lo producido y los medios empleados.

**Rentabilidad:** Significa un margen entre los ingresos y los costos.

**Posicionamiento:** Sitio que ocupa el producto en la mente de los consumidores, en relación con atributos importantes que se comparan contra los ofrecimientos de los competidores.

**Sistema:** Es un conjunto de partes interrelacionadas que existen para alcanzar un determinado objetivo.

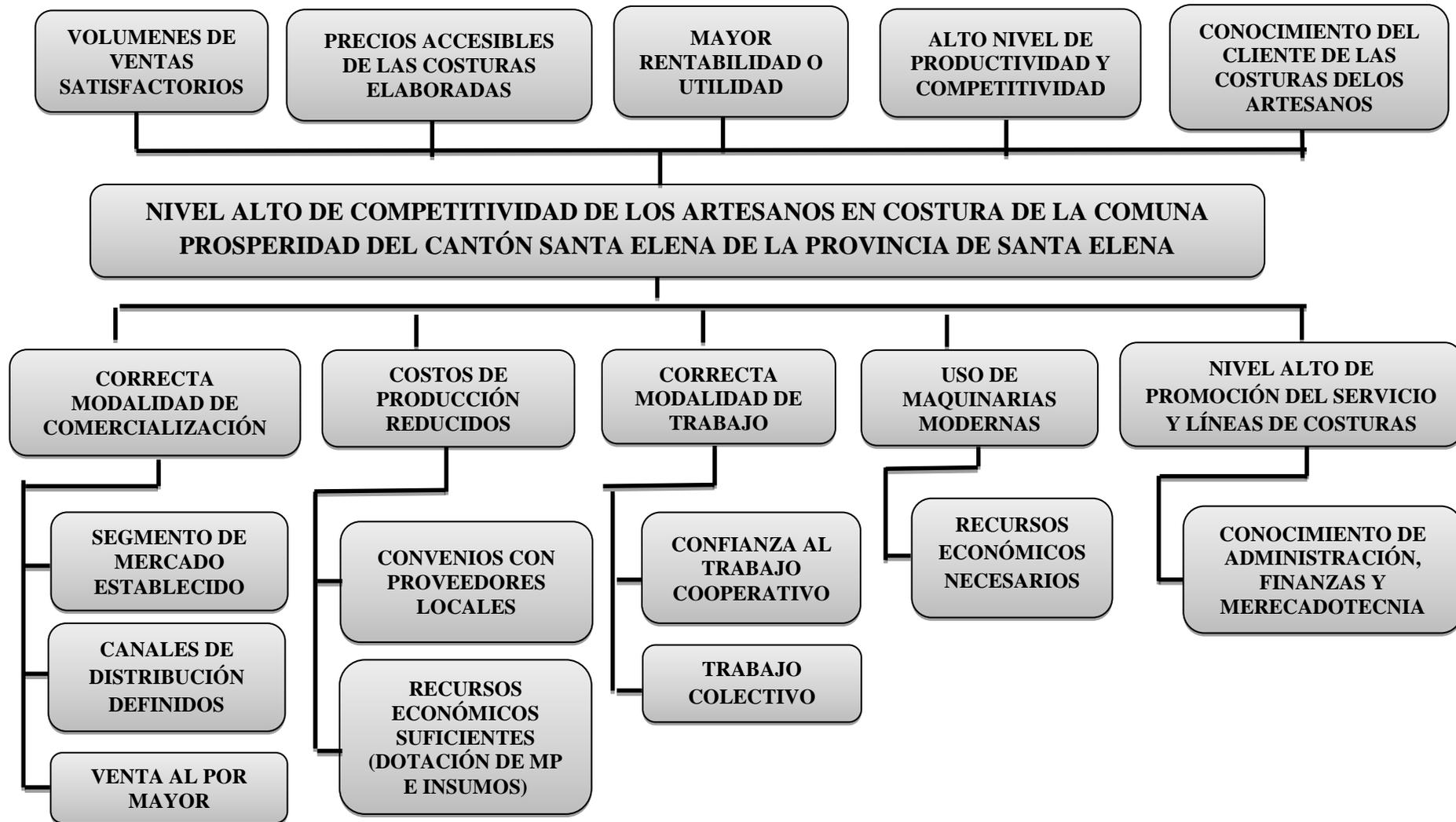
**Control:** Es un proceso que sirve para detectar y corregir errores de ejecución no intencionados e irregularidades intencionadas.

**Indicador:** Dato cuantitativo que permite medir o comparar los resultados obtenidos, en la ejecución de un proyecto, programa o actividad.

**ANEXOS**  
**ANEXOS N° 1 Árbol de problemas**



**ANEXOS N° 2 Árbol de objetivos**





**ANEXOS N° 3 Entrevista dirigida a los artesanos en costura de la comuna Prosperidad**

**OBJETIVO:** Obtener información relevante mediante la entrevista para la determinación de las necesidades de los artesanos en costura y su participación en el mercado de la Provincia de Santa Elena.

Buenos tardes, soy estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy realizando una encuesta en relación a la competitividad de los artesanos en costura. Su información será de valiosa ayuda. Por la atención prestada, de antemano le agradezco mucho su colaboración al contestar este cuestionario.

**NOMBRE:**.....

**Edad.** (Marcar con una X)

De 15 a 20 años            De 26 a 30 años        
 De 21 a 25 años            De 31 años en adelante     

**Género.** (Marcar con una X)      **Nivel Académico** (Marcar con una X)

Masculino  Femenino  Primaria  Secundaria  Superior

**Contestar las siguientes preguntas:**

1.- ¿Describa una breve reseña de cómo se inició en el oficio de la costura?

---



---



---

2.- ¿Cuántos años tiene ejerciendo esta actividad? (Marcar con una X)

1 a 5 años            11 a 15 años       Más de 20 años        
 6 a 10 años            16 a 20 años     

3.- ¿Cuenta usted con un lugar para trabajar en esta actividad “costura”?

Sí       No

4.- ¿Qué necesidades y problemas se presentan para la confección de prendas de vestir?

---



---



---



5.- ¿Qué productos son los que usted más confecciona?

---

---

6.- ¿Qué productos son los que usted menos confeccionan?

---

---

7.- ¿Qué hace usted para lograr la satisfacción de sus clientes?

---

---

8.- ¿Está usted capacitándose para perfeccionar su trabajo “costura”?

Sí  No

9.- ¿Qué diferencia hay de sus confecciones con la de los demás?

---

---

10.- ¿Cuántas personas trabajan con usted en esta actividad?

1 a 3 personas  7 a 10 personas   
4 a 7 personas  Más de 10

Cantidad real de las personas que trabaja con usted \_\_\_\_\_

11.- ¿Qué maquinarias usted utiliza en la confección de sus prendas de vestir?

---

---

12.- ¿Cuál es la cantidad de confecciones que produce al mes?

---

---

13.- ¿Dónde compra las telas y materiales para las confecciones?

-La Libertad  -Santa Elena  -Salinas   
-Guayaquil  -Otro lugar fuera de la Provincia

Porque: \_\_\_\_\_

---

---

13.1. ¿Nombre algunos negocios donde compra las telas y materiales?

---

---



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



14.- ¿Quiénes requieren o solicitan sus confecciones?

- Comerciantes  -Instituciones Educativas  -Clubes Deportivos   
-Instituciones del Estado  -Personas del sector  -Otros

Cuales:

---

15.- ¿En qué meses se incrementa la venta de sus costuras?

---

16.- ¿Cuáles son sus expectativas de su trabajo?

---

---

---

17.- ¿Por qué razones quiere asociarse?

---

---

---

---

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN....!**



**ANEXOS N° 4 Entrevista dirigida a los directivos de la comuna Prosperidad  
y a autoridades de entidades públicas de la provincia de Santa Elena**

**OBJETIVO:** Recopilar información de los directivos de la comuna Prosperidad y autoridades de entidades públicas de la provincia de Santa Elena, mediante la aplicación de entrevista para el diagnóstico actual del objeto de estudio.

Buenos tardes, soy estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy realizando un trabajo de investigación en relación a competitividad de los artesanos en costura. Su información será de valiosa ayuda, por la atención prestada de antemano le agradecemos mucho su colaboración.

**I. Datos personales**

**Nombre:** .....

**Cargo:** .....

| <b>Edad.</b> (Marcar con una X)          | <b>Género.</b>                     | <b>Nivel de instrucción.</b>        |
|--|------------------------------------|-------------------------------------|
| 20 a 25 años <input type="checkbox"/>    | Masculino <input type="checkbox"/> | Primaria <input type="checkbox"/>   |
| 26 a 30 años <input type="checkbox"/>    | Femenino <input type="checkbox"/>  | Secundaria <input type="checkbox"/> |
| Mayor a 35 años <input type="checkbox"/> |                                    | Superior <input type="checkbox"/>   |

**Contestar las siguientes preguntas:**

1.- ¿Piensa usted que la comuna Prosperidad se caracteriza por la actividad artesanal?

Sí            No     

Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2.- ¿Considera usted que existen la disponibilidad por parte de los artesanos en costura para trabajar conjuntamente para el logro de objetivos comunes?

|                    |  |
|--------------------|--|
| Definitivamente si |  |
| Probablemente si   |  |
| Indeciso           |  |
| Probablemente no   |  |
| Definitivamente no |  |



3.- ¿Para lograr los objetivos institucionales es necesario contar con buenas ideas y actividades planificadas (estrategias)?

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Totalmente en desacuerdo       |  |
| En desacuerdo                  |  |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo |  |
| De acuerdo                     |  |
| Totalmente de acuerdo          |  |

4.- ¿La planificación, comunicación y motivación son elementos importantes para el éxito del trabajo en equipo?

Sí  No

Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5.- ¿El trabajo en equipo es una forma para el cumplimiento de objetivos institucionales?

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Totalmente en desacuerdo       |  |
| En desacuerdo                  |  |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo |  |
| De acuerdo                     |  |
| Totalmente de acuerdo          |  |

6.- ¿Cree usted que la cooperación entre personas (artesanos en costura) es necesario para el progreso de la comunidad?

Sí  No

Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7.- ¿Está de acuerdo que para la formulación de objetivos y estrategias de trabajo es necesario la participación grupal?

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Totalmente en desacuerdo       |  |
| En desacuerdo                  |  |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo |  |
| De acuerdo                     |  |
| Totalmente de acuerdo          |  |



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



8.- ¿Cuáles de las siguientes características que se fijan las personas al momento de comprar ropa?

|  |  |
|--|--|
| Precio                                   |  |
| Diseño                                   |  |
| Calidad de la tela                       |  |
| Valor agregado en el producto y servicio |  |
| Color de la prenda de vestir             |  |

9.- ¿Cree usted que una manera de captar nuevos clientes para los artesanos en costura es que ellos brinde un servicio de calidad?

Sí  No

10.- ¿De las siguientes alternativas seleccionen las opciones que usted piensa que son importantes para los artesanos en costura de la comuna Prosperidad?

|   |  |
|---|--|
| Materia prima de calidad  |  |
| Buenos proveedores  |  |
| Clientes nuevos   |  |
| Clientes fijos  |  |
| Conocimiento de los hábitos de compra de sus clientes                                   |  |
| Conocimiento de las tendencias comerciales de sus clientes en lo referente a vestimenta |  |

11.- ¿Qué elementos considera usted fundamentales para que los artesanos en costura mejoren su competitividad?

|  |  |
|--|--|
| Variedad en productos y servicios                                |  |
| Servicio de Post Venta   |  |
| Calidad de materia prima   |  |
| Valor agregado en el producto y servicio                         |  |
| Convenios con proveedores  |  |
| Disponibilidad de recursos (tecnológicos, humanos y financieros) |  |

Comentarios:

---

---

Lugar y Fecha.....

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN....!**



**ANEXOS N° 5 Encuesta dirigida a los clientes que adquieren los productos confeccionados por los artesanos en costura de la comuna Prosperidad del cantón Santa Elena**

**OBJETIVO:** Recopilar información de los clientes que compran los productos que elaboran los artesanos en costura de la comuna Prosperidad, mediante la aplicación de encuesta para el diagnóstico actual del objeto de estudio.

Buenos tardes, soy estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy realizando una encuesta en relación a la competitividad de los artesanos en costura. Su información será de valiosa ayuda, por la atención prestada de antemano le agradecemos mucho su colaboración al contestar este cuestionario.

**INSTRUCTIVO:** Para la siguiente herramienta de investigación se hará uso de la escala de Likert, en el cual el participante indicará el grado de acuerdo o de desacuerdo mediante unas series de interrogantes. Sírvase a contestar con una **X** en el número que corresponda a la alternativa que crea usted conveniente tomando en consideración siguiente escala a utilizarse:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

**I. Información General**

**1. Condición del informante**

**Género.** (Marcar con una X)

Masculino  Femenino

**Edad.** (Marcar con una X)

15 a 20 años   
21 a 25 años   
26 a 30 años   
Mayor de 30 años

**II. Información Específica**

| <b>ÁREAS E INDICADORES</b>   | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. ¿Cree usted que existen suficientes negocios en la comuna Prosperidad?  |          |          |          |          |          |
| 2. ¿Cree usted que la actividad artesanal (costura) es de gran aporte para el desarrollo económico de la comuna Prosperidad?     |          |          |          |          |          |
| 3. ¿El trabajo artesanal (costura) es una actividad que necesita de capacitación constante?                                      |          |          |          |          |          |
| 4. ¿Piensa usted que las/os artesanas/os en costura deben asociarse para la compra de materia prima (telas e insumos)?           |          |          |          |          |          |
| 5. ¿La creatividad debe estar presente en la elaboración de prendas de vestir?   |          |          |          |          |          |
| 6. ¿Qué tan de acuerdo está usted que las/os artesanas/os en costura trabajen con la modalidad de ventas bajo pedido?            |          |          |          |          |          |
| 7. ¿Cree usted conveniente que las/os artesanas/os en costura deben acceder a créditos financieros (préstamo de dinero)?         |          |          |          |          |          |
| 8. ¿Usted al momento de comprar ropa se fijan en la calidad del producto?  |          |          |          |          |          |
| 9. ¿El precio es un elemento importante que consideran las personas al momento de comprar ropa?                                  |          |          |          |          |          |
| 10. ¿La cooperación entre artesanos en costura es aconsejable para el desarrollo de la comuna Prosperidad?                       |          |          |          |          |          |
| 11. ¿La creación de una asociación de artesanos en costura permitirá el desarrollo de sus miembros?                              |          |          |          |          |          |
| 12. ¿Piensa usted que si las/os artesanas/os en costura integran un grupo asociativo tendrían un beneficio común?                |          |          |          |          |          |
| 13. ¿Las Instituciones del Gobierno deben cooperar en el desarrollo de la actividad artesanal (corte y confección de ropa)?      |          |          |          |          |          |
| 14. ¿Si las/os artesanas/os en costura conformara una asociación tendría acceso a financiamiento?                                |          |          |          |          |          |
| 15. ¿Cree usted que al asociarse las/os artesanas/os en costura mejoraría la producción y comercialización de prendas de vestir? |          |          |          |          |          |
| Sírvase expresar, alguna sugerencia sobre el tema:<br>.....  |          |          |          |          |          |
| No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo).   |          |          |          |          |          |

Lugar y Fecha.....

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN....!**



**ANEXOS N° 6 Encuesta dirigida a los artesanos en costura de la comuna  
Prosperidad del cantón Santa Elena**

**OBJETIVO:** Recopilar información de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad, mediante la aplicación de encuesta para el diagnóstico actual del objeto de estudio.

Buenos tardes, soy estudiante de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy realizando una encuesta en relación a la competitividad de los artesanos en costura. Su información será de valiosa ayuda, por la atención prestada de antemano le agradecemos mucho su colaboración al contestar este cuestionario.

**INSTRUCTIVO:** Para la siguiente herramienta de investigación se hará uso de la escala de Likert, en el cual el participante indicará el grado de acuerdo o de desacuerdo mediante unas series de interrogantes. Sírvase a contestar con una **X** en el número que corresponda a la alternativa que crea usted conveniente tomando en consideración siguiente escala a utilizarse:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

**I. Información General**

**1, Condición del informante**

**Género.** (Marcar con una X)

Masculino  Femenino

**Edad.** (Marcar con una X)

15 a 20 años   
21 a 25 años   
26 a 30 años   
Mayor de 30 años

## II. Información Específica

| ÁREAS E INDICADORES  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| 1. ¿En la comuna Prosperidad existen negocios que venden prendas de vestir para hombres y mujeres?   |   |   |   |   |   |
| 2. ¿Los conocimientos de costura lo adquirió en academias de cortes y confección?  |   |   |   |   |   |
| 3. ¿Es necesario de un lugar o taller para trabajar en esta rama (costura)?  |   |   |   |   |   |
| 4. ¿La falta de maquinarias es una limitante en esta rama artesanal?   |   |   |   |   |   |
| 5. ¿En el mercado peninsular el costo de la materia prima (telas y demás insumos) es barato?   |   |   |   |   |   |
| 6. ¿Considera importante trasladarse a otro lugar para comprar telas e insumos para ejercer su profesión?                                    |   |   |   |   |   |
| 7. ¿La capacitación constante es esencial en la rama de corte y confección?  |   |   |   |   |   |
| 8. ¿Los clientes al momento de comprar se fijan en la calidad del producto?  |   |   |   |   |   |
| 9. ¿La cooperación entre artesanos en costura es aconsejable para mejorar la producción?   |   |   |   |   |   |
| 10. ¿Cree usted que una forma de progreso en la comercialización de sus productos es la participación grupal con otros artesanos en costura? |   |   |   |   |   |
| 11. ¿Piensa usted que para el abastecimiento de materia prima es necesario que las/os artesanas/os en costura se agrupen?                    |   |   |   |   |   |
| 12. ¿Cree usted que el trabajo en equipo permite solucionar problemas y a alcanzar objetivos comunes?  |   |   |   |   |   |
| 13. ¿El valor adicional al producto y servicio es necesario para adquirir nuevos clientes?   |   |   |   |   |   |
| 14. ¿Considera que trabajar con otras artesanas en costura mejoraría la capacidad de negociación de sus productos?                           |   |   |   |   |   |
| 15. ¿Usted ha sentido la necesidad de asociarse para mejorar sus niveles de producción y de ventas?  |   |   |   |   |   |
| Sírvese expresar, alguna sugerencia sobre el tema:<br>.....  |   |   |   |   |   |
| No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo)  |   |   |   |   |   |

Lugar y Fecha.....

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN....!**

## ANEXOS N° 7 Plan de Acción

| <b>Problema Central:</b> Nivel bajo de competitividad de los artesanos en costura de la comuna Prosperidad de la parroquia San José de Ancón del Cantón Santa Elena de la provincia de Santa Elena. |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
| <b>Fin del proyecto:</b> Diseño de un plan de asociatividad para los artesanos en costura de la comuna Prosperidad.   |   |  | <b>Indicador:</b> -Base de datos INEC. -Encuestas a (clientes y artesanos) y entrevistas (artesanos y directivos). |  |
| <b>Propósito del proyecto:</b> Mejorar la competitividad de los artesanos en costura de la comuna prosperidad.  |   |  | <b>Indicador:</b> -Número de artesanos dispuesto a formar parte de la asociatividad.                               |  |
| Objetivos Estratégicos  | Indicador   | Estrategias                                  | Actividades  | Tareas   |
| <b>Estrategias de Apertura:</b>   |   |  |  |  |
| Generar confianza, cooperación e integración de los artesanos en costura.   | Número de artesanos en costura interesados en formar parte de la asociatividad. | Integración y sinergia de los participantes. | Definir el número de personas participantes  | Registrar las personas que desean formar parte de la asociación.   |
|   | Número de asistentes a cada charla.   |  | Realizar charlas referentes a la asociatividad.  | Preparar la logística y contenido de la charla.  |
|   | Cumplimiento de los objetivos planteados en cada reunión de trabajo.            |  | Realizar reuniones de trabajo.   | Preparar la logística y contenido de la reunión de trabajo.  |
|   | Cumplimiento de los requisitos pertinentes.                                     |  | Realizar los trámites para formar la asociatividad.  | Indagar los requisitos para la constitución legal de la asociatividad.                                       |
|   | Porcentaje de incremento del capital social.                                    |  | Incrementar el capital social.   | Recolectar el aporte de los socios.  |
| <b>Estrategia de Formalización:</b>   |   |  |  |  |
| Establecer políticas institucionales y parámetros a seguir con la estructuración de un modelo asociativo.   | Resultados positivos y negativos.   | Estructuración y Formalización.              | Aprobar los estatutos para la constitución de la asociación.   | Socializar, modificar y hacer prevalecer lo estipulado en el reglamento interno y estatutos de constitución. |
| Implementar una estructura organizacional efectiva con la intervención de los involucrados para la definición de funciones y tareas.  |   |  | Número de operaciones exitosas.  | Diseñar el modelo asociativo   |
|   | Número de proyectos realizados.   |  | Elegir la directiva provisional.   | Establecer la directiva y sus principales miembros.  |
|   |   |  | Formar los equipos de trabajo.   | Conformar los equipos de trabajo (comisiones).   |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

| Objetivos Estratégicos  | Indicador   | Estrategias                                     | Actividades   | Tareas  |
|---|---|---|---|---|
| Diseñar estrategias para el mejoramiento del nivel productivo y de comercialización de prendas de vestir. | <b>Estrategia de Crecimiento</b>                        |   |   |   |
|   | <b>E. Diferenciación</b>                                |   |   |   |
|   | MP de calidad.  | Conservar la imagen empresarial.                | Ofrecer prendas de vestir de calidad.                                       | Confeccionar prendas de vestir con MP de calidad.   |
|   | Determinar el nivel de satisfacción de los compradores. | Mejoramiento del estilo de la prenda de vestir. | Ofrecer prendas de vestir con diseño innovador.                             | Desarrollar la creatividad de los artesanos en costura.   |
|   |   |   |   | Ofertar a los clientes la variedad de modelos prendas de vestir confeccionados.                                 |
|   |   |   | Diversificar modelos y colores de las prendas confeccionadas.               | Brindar al cliente la opción de escoger los colores de las prendas de vestir.                                   |
|   |   |   |   | Identificar gustos y preferencias depara la definición de atributos o características de las prendas de vestir. |
|   | <b>Estrategia de Preservación</b>                       |   |   |   |
|   | <b>E. Diferenciación</b>                                |   |   |   |
|   | Nivel de efectividad de la propuesta de valor.          | Generar valor para el cliente.                  | Implementar la cadena de valor.   | Determinar las actividades primarias y secundarias.   |
|   |   |   |   | Invertir en desarrollo tecnológico e I+D.   |
|   |   |   |   | Invertir en capacitaciones para los artesanos en costura.   |
|   |   |   | Brindar una excelente atención al cliente (servicio de post venta).         |   |
| Invertir el monto presupuestado en publicidad y propaganda.   | Conservar la imagen empresarial.                        | Posicionar la marca de las prendas de vestir.   | Hacer publicidad y propaganda de las prendas de vestir que se confeccionan. |   |
| <b>E. liderazgo en costos</b>   |   |   |   |   |
| Nivel de productividad y rentabilidad.  | Producir prendas de vestir a menor costo.               | Producir a gran escala manteniendo la calidad.  | Producir prendas de vestir con MP e insumos de calidad.                     |   |
|   |   |   | Invertir en maquinarias necesarias para la producción.                      |   |

**Fuente:** Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.

| Objetivos Estratégicos   | Indicador  | Estrategias  | Actividades   | Tareas  |   |
|--|--|--|---|---|---|
| Diseñar estrategias para el mejoramiento del nivel productivo y de comercialización de prendas de vestir.  |  | <b>E. Segmentación</b>   |   |   |   |
|  | Vólumen de ventas.   | Especializarse y adaptarse al segmento de mercado.             | Ofrecer al público femenino prendas de vestir a precios accesibles.                                 | Producir prendas de vestir con diseño innovador a precio módico.  |   |
|  |  | <b>E. Diferenciación</b>                                       |   |   |   |
|  | Número de convenios o acuerdos de cooperación.                     | Distribución intensiva y selectiva                             | Ubicar las prendas de vestir en puntos de ventas existentes a nivel local.                          | Investigar, localizar y negociar con los canales de distribución de ropa más visitados a local.   |   |
|  |  |  | Ubicar las prendas de vestir en puntos de ventas reconocidos.                                       | Investigar, localizar y negociar con los canales de distribución de ropa más visitados a nivel provincial.  |   |
|  | Número de clientes captados.                                       | Búsqueda de nuevos clientes o clientes potenciales.            | Visitar a microempresarios que expendan ropa.   | Identificar diferentes grupos de posibles compradores.  |   |
|  | <b>Estrategia de Cambio</b>  |  |   |   |   |
|  |  | <b>E. Promoción</b>  |   |   |   |
|  | Invertir el monto presupuestado en publicidad y propaganda.        |  | Promocionar las diferentes prendas confeccionadas utilizando los medios de comunicación e internet. | Ubicar las vallas publicitarias en puntos estratégicos y de gran concurrencia.  | Adquirir banners o gigantografías.<br>Colocar los banners o gigantografías. |
|  |  |  |   | Implementar la publicidad por internet.   | Crear una página web y redes sociales para la asociación.                   |
| Implementar la publicidad por radio.   |  |  |   | Asegurar la transmisión de la cuña radial y dar un contexto innovador con enfoque a los clientes.   |   |
| Implementar la publicidad por medios alternativos.   |  |  |   | Diseñar y entregar folletos, hojas volantes, catálogo y tarjeta de presentación de la asociación.   |   |
| <b>Estrategia de Crecimiento</b>   |  |  |   |   |   |
|  | <b>E. Liderazgo en costo</b>                                       |  |   |   |   |
| Potencializar las relaciones comerciales con proveedores locales y clientes a través de convenios, acuerdos, carta de intención; en búsqueda de ganar espacios en el mercado peninsular. | Sistema de evaluación y selección de proveedores.                  | Poder de negociación y relaciones comerciales con proveedores. | Incrementar el poder de negociación con proveedores a nivel provincial.                             | Investigar la variedad de productos y servicios de ofrece cada proveedor.<br>Evaluar y negociar con proveedores a nivel provincial que brinda un mayor rendimiento. |   |
|  | Comparar los niveles de ventas del mes actual con el mes anterior. | Estrategia de penetración ambiciosa                            | Ofrecer prendas de vestir a precios accesibles a los clientes.                                      | Identificar si los clientes son sensible al precio.<br>Identificar la actitud de compra referente al precio establecido.  |   |

Fuente: Asociación de artesanos en costura de Prosperidad.

Elaborado por: González Villón Roberto Carlos.

## **ANEXOS N° 8 Estatutos de constitución**

### **ESTATUTOS PARA LA CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD**

#### **Capítulo 1: Dominación y Domicilio**

**Art. 1.- Denominación:** El grupo asociativo llevará el nombre de “Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad” abreviado “ASARENCOS”.

**Art. 2.- Domicilio:** El domicilio principal del grupo asociativo estará ubicado en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, comuna Prosperidad; y por resolución de la Junta Directiva, podrá establecer sucursales, unidades en cualquier lugar del país o del exterior conforme a la ley.

#### **Capítulo II: Objeto Social, duración y finalidades**

**Art. 3.- Objeto Social:** La Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad tiene como objeto social:

- A) La realización de estudios, diseños de planificación, elaboración y comercialización de prendas de vestir para el público en general;
- B) Importación, distribución y comercialización de maquinarias, repuestos y herramientas textiles;
- C) Elaboración, importación, distribución y comercialización de materias primas y accesorios relacionados con la industria textil.

Para el cumplimiento del objeto social se estará facultada para celebrar todos los actos, convenios y contratos necesarios que estén permitido por las leyes Ecuatorianas que se relacionen con el mismo.

**Art 4.- Duración:** El plazo de duración es de cincuenta años contados a partir de su aprobación en el Ministerio de Relaciones Laborales, pero podrá disolverse en

cualquier momento o prorrogar su plazo de duración, si así lo resolviese la Junta Directiva en forma prevista en el Estatuto y de acuerdo a la Ley.

**Art. 5.- Finalidades:** La Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad tendrá como finalidad lo siguiente:

- a. Mejorar la situación y las necesidades socioeconómicas de sus integrantes apoyando al desarrollo integral y sostenido del sector.
- b. Fomentar la cooperación entre los participantes para mejorar la situación económica.
- c. Gestionar y garantizar la comercialización de los productos y servicios para mejorar su producción y competitividad.
- d. Promover la asociatividad y capacitación constante entre los miembros para que mejoren sus conocimientos, habilidades y aptitudes individuales.

### **Capítulo III: Asociados, Derechos y Obligaciones**

**Art. 6.- Asociados fundadores:** Son asociados fundadores de la Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad “ASARENCOS” toda las personas que hubieren firmado el Acta de Constitución previo cumplimiento de aportaciones.

**Art, 7.- Derechos:** Los derechos de los asociados son de carácter fundamental y de los cuales, no se los puede privar ni modificar ni por los estatutos ni por la Junta Directiva, Los siguientes derechos:

- a) “Calidad de asociado”. El poseedor de la calidad de asociado atribuye un conjunto de derechos que no se los puede privar.
- b) “Participar en los beneficios sociales, debiendo observarse igualdad de tratamiento para los asociados de la misma clase”. El participa y aporta para formar la asociatividad y así generar beneficios económicos - sociales.
- c) “Intervenir en las Asambleas Generales y participar mediante presentación de opiniones y proyectos”. El asociado puede concurrir a la Asamblea General personalmente o a través de un representante. Puede hacerse representar por

otro asociado o por un extraño ya sea mediante carta o poder notarial. No podrán ser representado por terceros los miembros de la Junta Directiva.

- d)** “Votar sea cual fuere su aportación o número de certificados de aportación que posea”. El voto es un derecho que no puede ser restringido de ninguna manera. “Es nulo todo convenio que restrinja la libertad al voto de los asociados”.
- e)** “Integrar los órganos de administración o de fiscalización si son elegidos por la mayoría de los votos en la Junta Directiva o Asamblea General”. Tienen la facultad de ser elegidos y aceptar los cargos y dignidades en la cual son asignados.
- f)** “Apelar e impugnar las resoluciones de la Junta General y de los demás órganos de control siempre que tenga indicios de corrupción y atente contra el beneficio de uno o varios asociados”. Cualquier miembro (sea cual sea su aportación) podrá denunciar, por escrito ante los órganos de fiscalización los hechos que estimen irregularidades en la administración. No podrán ejercer el derecho de impugnación los asociados que estuviere en mora en el pago de sus aportaciones.
- g)** “Negociar libremente sus certificados de aportación en el caso de no querer pertenecer a la Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad”.
- h)** “Convocar a una Asamblea General para tratar asuntos de interés”. Se la puede solicitar al presidente en cualquier tiempo de forma escrita indicando los motivos o fundamentos razonables de dicha petición.
- i)** “Solicitar y pedir informes sobre los resultados de la marcha administrativa y económica de la asociación”.
- j)** “Otros derechos que se decidan por parte de la Directiva y estipulada en el reglamento interno de acuerdo a las leyes del Ecuador”.
- k)** Será nula toda cláusula o pacto que suprima o disminuya los derechos atribuidos a las minorías por la ley. También serán nulos salvo en los casos que la ley determine, los acuerdos o cláusulas que supriman derechos conferidos por ella a cada asociado.

**Art. 8.- Obligaciones:** Son obligaciones de los asociados con carácter fundamental y de los cuales no se puede excusar:

- a) La principal obligación del asociado es pagar el aporte de capital que ha suscrito, en forma prevista en el estatuto o de acuerdo a lo que disponga la Junta General o Asamblea General. Inclusive aunque el asociado haya cedido o traspasado el dominio de los certificados de aportación, es personalmente responsable del pago del íntegro de los certificados que ha suscrito. En caso de que el asociado no pague el capital que ha suscrito la asociación puede demandar al cobro o enajenar los certificados de aportación por medio de las leyes pertinentes.
- b) Responder ante los acreedores de la Asociación en la medida en que hubieren percibido cantidades o pagos con infracción en los estatutos o la ley, salvo el caso en que de buena fe hubieren percibido cantidades como participación de los beneficios.
- c) Asistir puntual y obligatoriamente a las Asambleas Generales.
- d) Acatar las resoluciones de la Junta General siempre que no atenten contra los derechos y beneficios de los asociados.
- e) Demás obligaciones que establezcan los estatutos, el reglamento interno y la Junta Directiva.

**Art. 9.- Prohibiciones:** Son prohibiciones de los asociados de carácter fundamental y de los cuales no pueden ejecutar:

- a) Utilizar cargos directivos o el nombre de la Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad en provecho personal o familiar.
- b) Agredir en forma verbal o física a los demás asociados.
- c) Tener actitudes que promuevan la desintegración de la asociación.
- d) Violar la ley y los estatutos de la Asociación.

**Art. 10.- Pérdida de la calidad de asociado:** Una persona pierde la calidad o deja de ser miembro de la asociación en los siguientes casos:

- a) Por retiro voluntario.
- b) Por fallecimiento.
- c) Por expulsión.

#### **Capítulo IV: Estructura y Administración Interna**

**Art. 11.- Estructura y administración interna:** La Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad estará estructurada por la Asamblea General, Junta Directiva, el presidente, vicepresidente, secretario, en el caso de las siguientes dignidades: tesorero, síndico, vocales principales y suplentes será reemplazados por equipos de trabajos a través de comisión: proyectos, producción, marketing y ventas, y financiera.

#### **Sección Una.- Asamblea General**

**Art. 12.- Asamblea General:** La Asamblea General es el órgano supremo de la asociación, se reunirá ordinariamente cuatro veces al año, cada tres meses: marzo, junio, septiembre, diciembre y extraordinariamente las veces que fuera convocada por la junta directiva o los asociados.

**Art. 13.- Convocatoria:** La convocatoria a Asamblea General ordinaria la hará el presidente/ajunto con el/la secretario/a de la Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad, mediante comunicado escrito o por los medios de difusión a cada uno de los miembros y con siete días de antelación a la reunión, la extraordinaria donde la convocatoria se hará con un plazo de veinticuatro horas de anticipación a la fecha de la sesión. En ambas se especificarán el orden del día, la hora y fecha de la Asamblea General y se realizarán a pedido del presidente o los asociados.

**Art. 14.- Representación de los asociados:** La Asamblea General se reunirán en las instalaciones de la Asociación o en el domicilio del presidente. Los asociados podrán ser representado por otro miembro o por terceros presentando una carta poder y en caso de terceros un poder notarial por reunión. No podrán ser representantes de los asociados los miembros de la Junta Directiva.

**Art. 15.- Quórum:** Para que se instale válidamente la Asamblea General se necesita la presencia de la mayoría de los asociados que representen al cincuenta por ciento más uno. De no haber quórum a la primera, los asociados quedarán convocados a una segunda reunión a los tres días después de la primera citación y se realizará con el número de asociados presentes de acuerdo a las leyes vigentes.

**Art. 16.- La reunión:** La reunión será presidida por el presidente y el secretario de la asociación, este último es el encargado de levantar el acta de reunión. A falta del presidente el vicepresidente es quien lo sustituya en la reunión, así mismo, con el secretario lo hará un representante de cualquiera de las comisiones.

**Art. 17.- Atribuciones y deberes de la Asamblea General:** La Asamblea General legalmente convocada y reunida es el órgano supremo de la asociación y en consecuencia, tiene plenos poderes para decidir sobre asuntos económicos, sociales y demás pertinentes a la institución:

- a. Nombrar al presidente, vicepresidente, tesorero/a, secretario/a, vocales principales y suplentes; comisiones si fuese necesario para una mejor administración y control.
- b. Conocer, analizar, aprobar y reformar el presupuesto anual y el plan de trabajo.
- c. Conocer y resolver todos los informes.
- d. Resolver sobre aumento del capital o cuota, prórroga del plazo, disolución anticipada, de objeto social y demás reformas del estatuto de conformidad de la Ley.
- e. Conocer y aprobar el reglamento interno de la asociación.
- f. Fijar las remuneraciones que perciban los administradores si fuere el caso.
- g. Resolver acerca de la disolución y liquidación de la Asociación, designar a los liquidadores.
- h. Interpretar obligatoriamente el presente estatuto.
- i. Autorizar al presidente el otorgamiento de poderes de conformidad con la Ley.

- j. Autorizar al presidente el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones (compra y transferencias de inmuebles a favor de la Asociación).
- k. Sesionar cada trimestre y extraordinariamente cuando fuere convocado.
- l. Controlar las operaciones económicas de la Asociación y dirigir la política de la misma.
- m. Los demás que contemple la Ley y estos estatutos y reglamento interno.

**Art. 18.- Periodo de gobierno:** Los miembros de la Junta Directiva al igual que sus vocales o representante de cada comisión durará dos años en sus funciones, podrá ser reelegidos y permanecerán en su cargo hasta ser legalmente reemplazado.

**Art.19.- Resoluciones:** Las resoluciones de la Junta Directiva o de la Asamblea General se tomarán por simple mayoría de votos, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría,

**Art. 20.- Actas:** En cada sesión de la Junta Directiva o Asamblea General se levantará la correspondiente acta, la que será firmada por el presidente y el secretario.

#### **Sesión Dos.- Del presidente**

**Art. 21.- Del presidente:** El presidente de la asociación será elegido por la Asamblea General por un periodo de dos años. Puede ser reelegido y permanecerá en el cargo hasta ser legalmente reemplazado.

**Art. 22.- Atribuciones y deberes del presidente:** Son las siguientes:

- a. Representar legalmente a la asociación
- b. Convocar y presidir las sesiones de la Asamblea o Junta General.
- c. Legalizar con su firma los certificados de aportación de ser el caso.
- d. Gestionar, planificar, coordinar y realizar actividades para la asociación.

- e. Vigilar la marcha general de la asociación y del desempeño de las funciones de los servidores de la misma.
- f. Velar por el cumplimiento social y del reglamento interno de la asociación.
- g. Firmar nombramientos, acta de reunión, resoluciones, certificados y otros documentos relevantes presentados por el secretario o delegado/representante de comisión y conferir las copias debidamente certificadas.
- h. Dirigir la gestión económica-financiera de la Asociación.
- i. Presentar anualmente informes de labores y rendir cuentas ante la Asamblea General.
- j. Los demás temas que señale la Ley, estatutos y reglamento interno.

#### **Capítulo V: Patrimonio económico**

**Art. 23.- Del Capital:** El capital de la Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad es por los medios y en forma establecida por la Ley.

**Art. 24.-Aumento de capital:** El capital de la asociación podrá ser aumentado en cualquier momento, por resolución de la Asamblea General, por los medios y en forma establecida por la Ley.

**Art. 25.- Responsabilidades:** Las responsabilidades de los asociados por obligaciones sociales se limita al monto de sus certificados de aportación.

**Art. 26.- Registros:** Se llevará los registros en libros de asociados, certificados de aportaciones, actas de reuniones, resoluciones y demás documentación.

**Art. 27.- Ejercicio económico:** El ejercicio económico será anual desde el primero de enero hasta el treinta y uno de diciembre de cada año. Al fin de cada ejercicio y dentro de los seis primeros meses siguientes el presidente someterá a consideración de la Asamblea General los balances de resultados, la fórmula para distribuir los beneficios y demás informes necesarios.

## **Capítulo VI: Disolución y Liquidación**

**Art. 28.- Disolución y liquidación:** La Asociación se disolverá y liquidará de acuerdo a las siguientes disposiciones:

- a. Estar cumplido el tiempo de constitución.
- b. Voluntariamente si así lo ha resuelto los asociados en Asamblea General tomadas en dos sesiones en días distintos, con el voto de por lo menos el 75% de los miembros activos.
- c. No haber cumplido con el objeto social ni las finalidades para la cual fue creada.
- d. Por quiebra.
- e. Por violación de las disposiciones pertinentes en las leyes del país y por lo previsto en el presente estatuto.

**CERTIFICACIÓN:** En mi calidad de Secretaria de la **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD.**, CERTIFICO que el presente Estatuto, fue realizado conforme a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y aprobado en Asamblea General, efectuada el día 01 de noviembre del 2013, conforme consta en el Libro de Actas al que me remito en caso de ser necesario. Lo certifico, en la Parroquia San José de Ancón, Comuna Prosperidad a los 01 días del mes de noviembre del año 2013.

---

SECRETARIA DE LA ASOCIACIÓN

**ANEXOS N° 9 Reglamento Interno**

## **REGLAMENTO INTERNO PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD**

### **Capítulo I: Reglas generales**

**Art. 1.** Esta asociación tiene como objetivo mejorar la productividad y aumentar las utilidades de los miembros orientados a regenerar sus condiciones de vida.

**Art. 2.** Esta asociación se denomina “Asociación de Artesanos en costura de Prosperidad” abreviado ASARENCOS.

**Art. 3.** Esta asociación realizará labores en el cantón Santa Elena específicamente en la comuna Prosperidad, es allí donde se encuentra domiciliado en la actualidad.

**Art.4.** Esta Asociación llevará a cabo las siguientes actividades:

- 1) Actividades relacionadas con la confección de prendas de vestir.
- 2) Actividades relacionadas con el aprendizaje de nuevos métodos de trabajo.
- 3) Actividades relacionadas con las nuevas prácticas de confección de ropa.
- 4) Actividades relacionadas con la producción y comercialización de prendas de vestir.
- 5) Uso y administración de la cuota social de los asociados.
- 6) Uso y administración común de materiales, equipos, maquinarias e insumos que compran conjuntamente o reciba por donación como asociación.

### **Capítulo II: Miembros o integrantes**

**Art 5.** Los miembros de la asociación son las personas firmantes en la lista de asociados. Pueden participar en las actividades de la asociación, tiene derecho al voto en la toma de decisiones, pueden ser directivos, recibir los servicios que puede ofrecer la asociación. Los miembros deberán aportar con una membresía de \$200 y una cuota mensual de \$10 para constituir el fondo social, ambos valores deberán ser establecidas por la Asamblea General.

**Art. 6.** Las personas que deseen ingresar a la asociación deberán presentar la solicitud de ingreso y cumplir con el rango de edad mínimo de 20 años. El presidente en reunión con la Asamblea General decidirá si acepta o no; y

comunica dicha decisión al solicitante mediante un informe. Si el informe es con la negación deberá presentar las causas y dar un plazo de 10 días al solicitante para resarcir las causantes del rechazo.

**Art. 7.** Una vez, admitido el nuevo miembro, el secretario procederá a registrarlo en el libro de asociados y facilitar el carnet de afiliado posteriormente a la cancelación del monto de la membresía y la cuota mensual.

### **Capítulo III: Derechos y deberes de los asociados**

**Art 8.** Los asociados tendrá derechos a:

- Participar en las actividades y actos sociales de la asociación.
- Asistir con voz y voto a las Asambleas Generales.
- Elegir y ser elegido.
- Poseer un ejemplar de los estatutos y del presente reglamento interno desde su ingreso a la institución.
- Tener conocimiento oportuno de los acuerdos adoptados por la Directiva.
- Solicitar mediante petición escrita con fundamentos razonables, el acceso a la documentación interna de la asociación.

**Art 9.** Los asociados tendrán las siguientes obligaciones:

- Cumplir con lo estipulado en los estatutos y el presente reglamento interno, y por ende, de los acuerdos planteados.
- Abonar el monto de la cuota según la forma y el tiempo fijado.
- Cooperar en el desarrollo de las actividades de la asociación.
- Desempeñar a cabalidad las funciones o actividad encomendadas por la Junta Directiva o Asamblea General de la asociación.

### **Capítulo IV: Pérdida de la calidad de asociado**

**Art 10.** Los asociados podrán solicitar en cualquier momento su baja voluntaria en la asociación. Esta petición deberá presentarse por escrito y tratada en reunión con la Asamblea General.

**Art. 11.** Si el miembro incumple o viole el presente reglamento interno y los estatutos.

**Art 12.** Cuando el asociado interfiera en las operaciones de la asociación y su conducta vaya contra los principios sociales y valores institucionales (responsabilidad, solidaridad, integración, cooperación, compromiso, respeto mutuo, equidad, transparencia, otros) que afecte a la imagen de la asociación.

**Art. 13.** Si un miembro causa molestias considerables a la asociación o a otros miembros, o si viola este reglamento o estatutos, sus derechos podrán ser cancelados para luego ser expulsado, esto en base a la determinación de la Asamblea General propuesta por la Junta Directiva.

#### **Capítulo V: De la Junta directiva**

**Art. 14.** La Junta Directiva se reunirán ordinariamente cuatro veces al año, cada tres meses: marzo, junio, septiembre, diciembre y extraordinariamente las veces que fuera convocada por los asociados.

**Art. 15.** La Junta Directiva podrá suspender las funciones de sus miembros, sí éste falta a 3 reuniones de la misma. Y podrá ser sustituido en concesión de la Asamblea General.

**Art. 16.** La Junta Directiva presentará un informe a la Asamblea General sobre las altas y bajas de asociados producido en dicho periodo.

**Art 17.** Para que exista quórum en las reuniones de la Junta Directiva deberá asistir la mitad más uno de sus miembros, siempre en cuando el presidente este presente.

**Art 18.** La Junta Directiva deberá cumplir con lo estipulado en los estatutos y en especial en el presente reglamento.

#### **Capítulo VI: De la Asamblea General**

**Art. 19.** La Asamblea General será válidamente constituida si cuenta con la presencia de la mitad más uno de los asociados.

**Art. 20.** El derecho a voto dentro de la Asamblea General está condicionado a estar al día con el pago de las cuotas.

**Art. 21.** El orden del día es realizado por el presidente, oída por la Asamblea General y las peticiones de los asociados, dicha orden del día deberá estar reflejado en la convocatoria: ordinaria entregada a los miembros con 7 días de anticipación y la extraordinaria con un tiempo de antelación de 24 horas.

**Art. 22.** Los temas a tratar tendrán un tiempo de duración de 10 minutos. Salvo la presentación de informes por parte de la Junta Directiva y aquellos temas de gran interés.

**Art. 23.** Todos los acuerdos de la Asamblea General se toman por mayoría absoluta en primera votación. Salvo en los casos establecidos en los estatutos y en el presente reglamento y que exista empate se volverá a discutir el asunto.

#### **Capítulo VII: Proceso Electoral**

**Art. 24.** Los asociados podrán ocupar cargos dentro de la asociación siempre en cuanto no incumplan con las disposiciones establecidas en los estatutos y en el presente reglamento.

**Art. 25.** Los candidatos podrán presentar propuestas y tendrá la oportunidad de expresarlas en Asamblea General.

**Art. 26.** Las votaciones se lo realizarán en la sede de la asociación o en la casa del presidente, en caso de que el presidente resida en otro lugar fuera del domicilio de la asociación, se lo realizará en la casa del secretario y el sufragio deberá ser secreto y en unas papeletas facilitadas por la Directiva.

**Art. 27.** Las candidaturas serán abiertas en cada cargo, resultando elegidos aquellos que obtengan la mayoría absoluta de los votos. En caso de que se presente empate se realizará una segunda votación.

#### **Capítulo VIII: Reforma de los estatutos y del reglamento interno**

**Art.28.** La modificación de estatutos o del presente reglamento podrá realizarse a iniciativa de la Junta Directiva o por decisión de sus asociados (70% del número total de miembros) en Asamblea General.

**Art. 29.** En caso de haber hecho modificaciones se deberá facilitar inmediatamente los textos reformados a cada uno de los miembros.

CERTIFICO: Que el presente Reglamento interno fue leído, discutido y aprobado en Asamblea General de la Asociación de Artesanos en Costura de Prosperidad.

---

SECRETARIA DE LA ASOCIACIÓN

## **ANEXOS N° 10 Herramientas y maquinarias**

### **Herramientas de trabajo.**

Los artesanos en costura utilizarán herramientas de su especialidad:

- **Regla "L":** Es propiamente una escuadra de 90 grados, se utiliza en el trazo de ángulos rectos, configuración de rectángulos y trazos de líneas paralelas, su uso correcto optimiza el tiempo y se logran trazos perfectos.
- **Regla curva francesa:** Ayuda a configurar escotes, frentes, espaldas, sisas (corte curvo para de la axila o sobaco), corte princesa y tiros de pantalones.

- **Regla curva sastre:** Se configura caderas, entre piernas, rectifican costados de talles cuando se trata de prendas ajustadas al cuerpo y se afinan líneas.
- **Cinta métrica:** Su uso es en la toma de medidas, aunque se tengan tablas de tallas donde se encuentran medidas correctas, es necesaria también en todas las áreas de trabajo. Se utiliza por ambos lados ya que esta graduada en centímetros y en milímetros.
- **Tizas para marcar:** Son de arcilla y de diferentes colores (aconsejable colores débiles para no manchar la tela), los bordes deben de mantenerse delgados a fin de trazar líneas finas. Se utiliza para delinear los contornos de los patrones sobre la tela, cuando se van a elaborar las muestras; también durante el proceso de confección, en ocasiones se tiene la necesidad de usarla para centrar piezas cuando no se pueden hacer piquetes con la cortadora.
- **Lápices:** Se emplea el lápiz negro y el lápiz bicolor, la punta del mismo facilita el trazado.
- **Tijeras:** Se emplea para realizar cortes de tela y demás materiales de costura. Un tipo de tijeras no se puede usar para desarrollar varias actividades de corte por que no se obtendrían resultados satisfactorios (tijera recta y zigzag) y otra tijera para cortar papel y no la que se emplea en corte de tela.
- **Papel:** Es donde se plasman los trazos y patrones, usarlo como plantillas o patrones, es necesario diferentes tipos de papel: papel revolución, papel pre marcado, papel encerado.
- **Alfileres:** Son de acero y puntiagudos parecido a la aguja, es muy útil para fijar los moldes a la tela cuando se va a cortar o para hacer las muestras. Se debe guardar en el alfiletero y evitar que se oxiden.
- **Alfiler de gancho:** Sirve para dar vuelta pabilos, sesgos, elásticos.
- **Alfiletero:** Objeto compuesto por esponja donde se deposita o se inserta los alfileres, puede ser de diferentes forma, tamaño y color.
- **Agujas:** Barita puntiaguda de metal con un agujero en el extremo superior donde se inserta el hilo utilizada para coser (unir telas y telas con otros materiales). Se debe tener un surtido de distintos tamaños y grosores para usarlo de acuerdo al material.

- **Dedal:** Pieza cilíndrica y hueca de metal, plásticos o hueso. Se emplea el dedo medio de la mano para facilitar la confección y el bordado a mano.
- **Hilo:** Un hilo es una hebra muy larga y delgada que sirve principalmente para coser (existe una gama extensa de colores).
- **Perforadora:** Se utiliza para perforar los moldes que conforman un diseño y agruparlos mediante un listón o agujeta. Se hace para llevar un control en el perchero del departamento de corte y no existan pérdidas de piezas.
- **Descosadura:** Accesorio indispensable dentro del proceso de confección. Aunque es poco agradable para el operario y además se debe de evitar su uso al máximo, en ocasiones se debe descoser una prenda repetidas veces, esto se debe hacer cuando existen equivocaciones o costuras interrumpidas, cuando se termina el hilo de la bobina o hay ruptura de hilos.
- **Abre ojal:** Sirve para abrir los ojales de las prendas (pantalones, bolsillos, otros).
- **Maniquí:** Es una figura de forma humana muy útil en el taller de costura, sirve para armar, probar y arreglar prenda de vestir. Además permite observar la caída natural de la vestimenta: Blusas, faldas, vestidos, otros.
- **Espejo:** Es indispensable para que el cliente observe como se aprecia la indumentaria en su anatomía y detecta detalle de la prenda.
- **Libreta de notas:** Utilizado por los artesanos en costura con el fin de anotar las medidas, observaciones, detalles en cuanto a corte, costura y diseño (requerimientos y exigencias de los clientes).
- **Mesa de taller:** Mesa amplia (con cajones) de madera utilizada para labores de costura.

## CUADRO N° 91 Maquinarias

| Máquina de coser Pespunte o Costura Recta (JR6358QG)  | Máquina de coser Costura recta 2 hilos (JR0058), 3 hilos (JR0058-3)  | Máquina de coser Overlock 4 hilos (JR998F)   | Máquina de coser Zigzag (JR20U43)  | Máquina Cortadora CZD-3 / CZD-103   |
|---|--|--|--|---|
|    |   |   |    |    |
| <b>ESPECIFICACIONES:</b>  | <b>ESPECIFICACIONES:</b>   | <b>ESPECIFICACIONES:</b>   | <b>ESPECIFICACIONES:</b>   | <b>ESPECIFICACIONES:</b>  |
| Diseño innovador, aspecto agradable, sistema de lubricación automática, volumen de aceite nunca hace el paño sucio, acero inoxidable, alta velocidad, poco ruido, perdurabilidad, rendimiento perfecto.   | Mecanismo de alimentación de tipo varilla, doble rosca paralela, aguja de calibre (5 tamaños para elegir), línea de conexión de la aguja curva para formar una puntada de cadena doble, flexibilidad.                            | Exclusiva para diversos materiales de costura de unión; decoración de costura: tela de la ropa, ropa interior, ropa de cama, productos de cuero.   | Mecanismo de alimentación hacia atrás, posición de la aguja ajustable (regulado entre derecha a izquierda), costura redonda envuelta, forma patrones decorativos de colores. | Lubricación centralizada; radio de incisión recta, pequeña de la curvatura y el corte de la curva; nivel sonoro bajo, alta eficiencia, afilado automático. Ideal para la industria de prenda de vestir.     |
| Son utilizadas para realizar costuras cerradas con un máximo de tres agujas, con dos a tres agujas se conoce como plana, una sustratos (algodón, telas, fibra, lana, plásticos, cintas, etc.). Adecuado para coser material fino y medio (ropa, tejido, cuero, etc.). |  | Son utilizadas para evitar que las costuras se deshílchen ya que realizan puntadas o bordes de una o dos piezas de tela, define el borde y unir costuras.  | Son utilizadas para hacer cosido entre dos líneas paralelas, para coser los bordes de la costura, coser material delgado y grueso en costura recta, costura curvada.         | Son utilizadas para corte de todo tipo de tejido y de material grueso o fino.   |
| Máquina Recubridora (JR800-02BB)  | Máquina Collareteras (JR800-01CB)  | Máquina Ojaladora (JR781)  | Máquina Botonadora (JR373)   | Máquina Elasticadora – Recubridora (JR008VC)  |
|    |   |   |    |    |
| <b>ESPECIFICACIONES:</b>  | <b>ESPECIFICACIONES:</b>   | <b>ESPECIFICACIONES:</b>   | <b>ESPECIFICACIONES:</b>   | <b>ESPECIFICACIONES:</b>  |
| Costura plana especial para tejidos de punto, superficie plana, alta velocidad, cubre la costura enrollada borde de la ropa interior, camisas, blusas y ropa deportiva. Recomendable para cinta de unión.   | Son similares a las recubridoras, controla efectivamente el aceite de la estructura de la barra de agujas; arriba aceite de silicona; abajo dispositivo para evitar el calentamiento y la desconexión de la aguja de la máquina. | Sistema de engrase automático, dispositivo de corte automático del hilo, botón ajustable (velocidad, longitud, número de hoyos puntos; botón de cerraduras de costura de agujeros; cose la línea y el triángulo punto. Recomendable para todo tipo de tejidos. | Para pegar botones de 204 agujeros. Adecuado para blusa, camisa, chaqueta y ropa de trabajo.   | Máquina multi-agujas, suministro automático de aceite, mecanismo de movimiento vertical del gancho, coche de cilindro, rodillo alcanza el proceso al instante, dispositivo de plegado y elástica ajustable. |
| Son utilizadas para hacer puntos, pueden hacer costuras pespunte y centradas, realiza doblado, cosido y cortado a la vez.   | Son utilizadas para hacer ribeteados o fileteados de zonas curvas como cuellos, sisas y mangas.  | Son utilizadas para realizar los ojales que refuerza los bordes y una vez hechos la misma máquina la corta de manera automática.   | Son utilizadas para pegar diversos tipos de botones: de bola, plano de cualquier medida, de dos o cuatro ojillos.  | Máquina overlock utilizada para colocar elásticos.  |
| <b>PROVEEDOR:</b> ALMACÉN "MÁQUINAS HIDALGO" SON IMPORTADORES DIRECTOS, OFRECE SERV. TÉCNICO Y TODO TIPO DE RESPUESTO EN GENERAL.   |  |  |  |   |
| <b>DIRECCIÓN:</b> SALINAS, LA CAROLINA AV. CARLOS ESPINOZA LARREA (CALLE 4ta. Y AV. 12ava.)   |  |  |  |   |

**Fuente:** Proforma y Catálogo del Proveedor.  
**Elaborado por:** González Villón Roberto Carlos.



**ANEXOS N° 12 Nómina de los artesanos en costura interesados en asociarse**

**NÓMINAS DE ARTESANOS EN COSTURA DE LA COMUNA PROSPERIDAD**

| N° | NOMBRES Y APELLIDOS              | NÚMERO DE C. I. | DIRECCIÓN               | TELÉFONO    | FIRMA                    |
|----|----------------------------------|-----------------|-------------------------|-------------|--------------------------|
| 1  | Jadissa Germana Ramos Tomala     | 099850325-9     | Barrio 15 de Enero      | 0980534165  | Jadissa Ramos T.         |
| 2  | Yadira Katherine Clemente Lagual | 092850708-6     | Barrio 15 de Enero      | 093644067   | Yadira Clemente Y.       |
| 3  | Cindy Evelyn Ramos Pozo          | 092151136-6     | Barrio 15 de Enero      | 0969234917  | Cindy E Ramos Pozo       |
| 4  | Ruth Beth Suárez Lainez          | 092067158-3     | Barrio 15 de Enero      | 0920671583  | Ruth Suárez S            |
| 5  | MARIA DE LOS ANGELES TOMALA C    | 091817749-4     | Barrio Las Cruzitas     | 093283467   | María de los Angeles     |
| 6  | Evelyn Soraya Ramos Tomala       | 099646109-6     | Barrio 25 de Junio      | 093798776   | Evelyn Soraya            |
| 7  | Francisco Tomala R               | 091036629-3     | Barrio 10 de Agosto     |             | Francisco Tomala R       |
| 8  | Elena Georgina Ricardo Figueroa  | 0928802103      | Barrio : Rosendo Aviles |             | Elena Ricardo            |
| 9  | Yolanda Flores Buey              | 090630585-9     | 25 de Julio             |             | Yolanda Flores Buey      |
| 10 | Jenny Tomala Gonzabay            | 091947600-2     | Barrio Las Cruetas      |             | Jenny Tomala G.          |
| 11 | YADIS RAMOS Tomala               | 0911604576      | 26 DE SEPTIEMBRE        |             | Yadis Ramos              |
| 12 | Jessica Isabel Rionto Fausli     | 0917861007      | 26 de Septiembre        | 0985942763  | Jessica Rionto           |
| 13 | Stella Floridos Tomala           | 0920618162      | Leonidas Plaza          | 0992844544  | Stella Floridos S        |
| 14 | Indelira Morales Tomala          | 090674302-1     | 25 de Diciembre         | 0981792485  | Indelira Tomala R.       |
| 15 | Silvana Orjala Morales           | 092591161-2     | Leonidas Plaza          | 0981275265  | Silvana Morales R.       |
| 16 | Daisy Sonnia Tomala Buey         | 0910805480      | Barrio Las Cruzitas     | 0985447227  | Daisy Sonnia Tomala Buey |
| 17 | Carmen Tomala Tomala             | 090698894-4     | Nuevo Horizonte         | 090698894-4 | Carmen Tomala S.         |
| 18 | Gosella Suárez Tomala            | 091856162-2     | Nuevo Horizonte         |             | Gosella Suárez S.        |
| 19 | Vanessa Gonzalez Ricardo         | 092591038-2     | Barrio 15 de enero      | 0991547741  | Vanessa Gonzalez R.      |
| 20 | Aguada Juana Ricardo TOMALA      | 091898410-5     | Barrio 15 de Enero      | 0999186580  | Aguada Juana Ricardo     |
| 21 | Maritza Suárez Tomala            | 092646982-6     | Barrio 10 de Agosto     | 0989639288  | Maritza Suárez S.        |
| 22 | Cinthya Yadira Tomala Ricardo    | 092594846-8     | Barrio Nuevo Horizonte  | 0941093913  | Cinthya Tomala R.        |
| 23 | Zenaida Marmilda Ramos Orjala    | 0906877006      | Barrio Leonidas Plaza   | 0983684797  | Zenaida Ramos Orjala     |
| 24 | Jely del Carmen Tomala Ricardo   | 091127358-9     | Barrio Central          | 098272316   | Jely Tomala Ricardo      |
| 25 | Estela Marilim Suárez S          | 092646977-6     | Barrio 15 de Enero      | 0986609092  | Estela Suárez S.         |

**ANEXOS N° 13 Lista de Socios Fundadores**

**LISTADO DE LOS FUNDADORES DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD,  
"ASARENCOS".**

| Nº | NOMBRES Y APELLIDOS                  | OCUPACIÓN | CÉDULA DE IDENTIDAD | APORTE INICIAL | FIRMA                           |
|----|--------------------------------------|-----------|---------------------|----------------|---------------------------------|
| 1  | Yadissa Germania Ramos Tomalá        | Costurera | 0928503259          |                | Yadissa Ramos T.                |
| 2  | Yadira Katherine Clemente Yagual     |           | 0928507086          |                | Yadira Clemente Y.              |
| 3  | Cindy Evelyn Ramos Pozo              | costurera | 0921511366          |                | Cindy E. Ramos Pozo             |
| 4  | Ruth Ibett Suárez Láinez             |           | 0920671583          |                | Ruth Suárez                     |
| 5  | María De los Ángeles Tomalá Carvajal | costurera | 0918177494          |                | María De los Ángeles Tomalá     |
| 6  | Evelyn Soraya Ramos Tomalá           | costurera | 0926461096          |                | Evelyn Soraya Ramos Tomalá      |
| 7  | Francisca Rosario Tomalá Ricardo.    | costurera | 0910366293          |                | Francisca R. Tomalá Ricardo     |
| 8  | Elena Georgina Ricardo Figueroa      |           | 0928502103          |                | Elena G. Ricardo Figueroa       |
| 9  | Violeta María Torres Cruz            |           | 0906305859          |                | Violeta M. Torres Cruz          |
| 10 | Jenny Elizabeth Tomalá Gonzabay      |           | 0919476002          |                | Jenny Elizabeth Tomalá G.       |
| 11 | Gladys Ramos Tomalá                  |           | 0911604576          |                | Gladys Ramos Tomalá             |
| 12 | Jéssica Isabel Ricardo Tomalá        | Costurera | 0917861007          |                | Jéssica Isabel Ricardo Tomalá   |
| 13 | María Narcisa Morales Tomalá         |           | 0920618162          |                | María Narcisa Morales Tomalá    |
| 14 | Indelira Morales Tomalá              | Costurera | 0906743021          |                | Indelira Morales Tomalá         |
| 15 | Silvana Carolina Orrala Morales      | Costurera | 0925911612          |                | Silvana Carolina Orrala Morales |
| 16 | Dayse Sonia Tomalá Reyes             | costurera | 0910805480          |                | Dayse Sonia Tomalá Reyes        |
| 17 | Carmen Agueda Tomalá Tomalá          |           | 0906988944          |                | Carmen A. Tomalá Tomalá         |
| 18 | Gisella Yazmín Suárez Tomalá         |           | 0918561622          |                | Gisella Yazmín Suárez Tomalá    |
| 19 | Vanessa Liseth González Ricardo      |           | 0925910382          |                | Vanessa Liseth González Ricardo |
| 20 | Agueda Lucinda Ricardo Tomalá        |           | 0918984105          |                | Agueda Lucinda Ricardo Tomalá   |
| 21 | Elena Maritza Suárez Tomalá          | costurera | 0926469826          |                | Elena M. Suárez Tomalá          |
| 22 | Cinthy Yadira Tomalá Ricardo         | costurera | 0925918468          |                | Cinthy Yadira Tomalá Ricardo    |
| 23 | Zenaida Harmilda Ramos Orrala        |           | 0906877006          |                | Zenaida Harmilda Ramos Orrala   |
| 24 | Loly Del Carmen Tomalá Ricardo       | costurera | 0911273589          |                | Loly Del Carmen Tomalá Ricardo  |
| 25 | Estela Marylin Suárez S.             | Costurera | 0926469776          |                | Estela M. Suárez S.             |

## ANEXOS N° 14 Acta de constitución de la Asociación

### ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD, "ASARENCOS".

A los 15 días del mes de Marzo del 2014, en la Comuna Prosperidad de la Parroquia San José de Ancón, del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena, de la República del Ecuador, nos reunimos un grupo de 25 personas que voluntariamente deseamos constituir y administrar el funcionamiento de la Asociación denominada **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD, "ASARENCOS"**, de duración indefinida.

El objetivo principal de la **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD, "ASARENCOS"**, es considerar mecanismos de producción y comercialización de prendas de vestir para el público general.

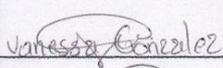
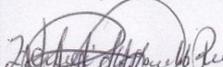
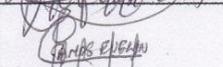
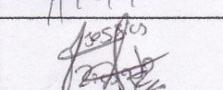
Una vez que se han establecido la estructura y fines de la **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD, "ASARENCOS"**, lo constituimos con un Capital Social y Patrimonio de **USD \$1.200** dólares.

Cabe destacar que la **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD, "ASARENCOS"**, cuenta con la asesoría, apoyo logístico y financiero del Banco del Banco Nacional de Fomento.

Con las condiciones y responsabilidades definidas, que aceptamos al integrarnos a esta organización, procedemos a firmar la presente Acta de Constitución Legal de la Asociación.

Para constancia y aceptación de la Acta firmamos a los 15 días del mes de Marzo del año 2014.

#### DIRECTIVA PROVISIONAL

| CARGO          | NOMBRES Y APELLIDOS             | CÉDULA DE IDENTIDAD | DOMICILIO            | FIRMA   |
|----------------|---------------------------------|---------------------|----------------------|---|
| PRESIDENTA     | Vanessa Liseth González Ricardo | 0925910382          | B. 15 de Enero.      |  |
| VICEPRESIDENTE | Zenaida Harmilda Ramos Orrala   | 0906877006          | B. Leonidas Plaza.   |  |
| SECRETARIA     | Evelyn Soraya Ramos Tomalá      | 0926461096          | B. 15 de Enero.      |  |
| TESORERA       | Jéssica Isabel Ricardo Tomalá   | 0917861007          | B. 26 de Septiembre. |  |

### CONSTITUYENTES

| NOMBRES Y APELLIDOS                  | NACIONALIDAD | CÉDULA DE IDENTIDAD | DOMICILIO            | FIRMA                       |
|--------------------------------------|--------------|---------------------|----------------------|-----------------------------|
| Yadissa Germania Ramos Tomalá        | Ecuatoriana  | 0928503259          | B. 15 de Enero.      | Yadissa Ramos Y.            |
| Yadira Katherine Clemente Yagual     | Ecuatoriana  | 0928507086          | B. 15 de Enero.      | Yadira Clemente Y.          |
| Cindy Evelyn Ramos Pozo              | Ecuatoriana  | 0921511366          | B. 15 de Enero.      | Cindy E. Ramos Pozo         |
| Ruth Ibett Suárez Láinez             | Ecuatoriana  | 0920671583          | B. 15 de Enero.      | Ruth Suárez                 |
| María De los Ángeles Tomalá Carvajal | Ecuatoriana  | 0918177494          | B. Las Crucitas.     |                             |
| Francisca Rosario Tomalá Ricardo.    | Ecuatoriana  | 0910366293          | B. 10 de Agosto.     | Francisca Rosario Tomalá R. |
| Elena Georgina Ricardo Figueroa      | Ecuatoriana  | 0928502103          | B. Rosendo Avilés.   | Elena Ricardo Figueroa      |
| Violeta María Torres Cruz            | Ecuatoriana  | 0906305859          | B. 25 de Julio.      |                             |
| Jenny Elizabeth Tomalá Gonzabay      | Ecuatoriana  | 0919476002          | B. Las Crucitas.     | Jenny Elizabeth G.          |
| Gladys Ramos Tomalá                  | Ecuatoriana  | 0911604576          | B. 26 de Septiembre. |                             |
| María Narcisa Morales Tomalá         | Ecuatoriana  | 0920618162          | B. Leonidas Plaza.   |                             |
| Indelira Morales Tomalá              | Ecuatoriana  | 0906743021          | B. 25 de Diciembre.  | Indelira Morales M.         |
| Silvana Carolina Orrala Morales      | Ecuatoriana  | 0925911612          | B. Leonidas Plaza.   | Silvana Orrala M.           |
| Dayse Sonnia Tomalá Reyes            | Ecuatoriana  | 0910805480          | B. Las Crucitas.     | Dayse Sonnia Reyes          |
| Carmen Agueda Tomalá Tomalá          | Ecuatoriana  | 0906988944          | B. Nuevo Horizonte.  | Carmen Agueda Tomalá        |
| Gisella Yazmín Suárez Tomalá         | Ecuatoriana  | 0918561622          | B. Nuevo Horizonte.  | Gisella Suárez S.           |
| Agueda Lucinda Ricardo Tomalá        | Ecuatoriana  | 0918984105          | B. 15 de Enero.      | Agueda Lucinda Ricardo      |
| Elena Maritza Suárez Tomalá          | Ecuatoriana  | 0926469826          | B. 10 de Agosto.     | Elena Maritza Suárez S.     |
| Cintha Yadira Tomalá Ricardo         | Ecuatoriana  | 0925918468          | B. Nuevo Horizonte.  | Cintha Y. Tomalá R.         |
| Joly Del Carmen Tomalá Ricardo       | Ecuatoriana  | 0911273589          | B. Cesitral.         | Joly Tomalá R.              |
| Estela Marylin Suárez Suárez.        | Ecuatoriana  | 0926469776          | B. 15 de Enero.      | Estela Marylin Suárez S.    |

## ANEXOS N° 15 Certificado de la secretaria de la Asociación

### CERTIFICACIÓN DE LA SECRETARIA PROVISIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD

Yo, **EVELYN SORAYA RAMOS TOMALÁ**, en mi calidad de **SECRETARIA** provisional de la **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD**, "**ASARENCOS**", domiciliada en la **Comuna Prosperidad** de la Parroquia **San José de Ancón**, del Cantón **Santa Elena** de la Provincia de **Santa Elena**, de la República del Ecuador en cumplimiento de mis funciones de acreditar la veracidad de los actos y documentos que reposan en el archivo de la asociación, que se encuentra en mi cargo, **DECLARO Y CERTIFICO**:

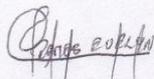
1. Que la **ASAMBLEA CONSTITUTIVA**, Fue realizada el día 01 de noviembre del 2013, en la cual se aprobó lo siguiente:
  - El construir y administrar el funcionamiento de la **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD**, "**ASARENCOS**".
  - Designar en calidad de directorio provisional a las siguientes personas:  
**Presidenta**: Vanessa Liseth González Ricardo.  
**Vicepresidenta**: Zenaida Harmilda Ramos Orrala.  
**Secretaria**: Evelyn Soraya Ramos Tomalá.  
**Tesorera**: Jéssica Isabel Ricardo Tomalá.
  - La organización asociativa de denomina la **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD**, "**ASARENCOS**".

La Superintendencia podrá, en cualquier momento verificar el cumplimiento de los requisitos contemplados en la Ley y su Reglamento General, y en caso de incumplimiento, se aplicarán las sanciones correspondientes.

Que tengo pleno conocimiento de la responsabilidad civil y penal en que puedo incurrir en caso de comprobarse falsedad en mis declaraciones, por inconsistencias con los documentos que reposan en el archivo a mi cargo, o por inexistencia de dichos documentos.

Ratificándome en el contenido de la presente **DECLARACIÓN**, la suscribo con la firma y rúbrica que uso en todos mis actos públicos y privados, que me comprometo a reconocer, en caso necesario o a requerimiento de la autoridad.

LO **DECLARO Y CERTIFICO**, en la Comuna Prosperidad de la Parroquia San José de Ancón del Cantón Santa Elena, a los 16 días del mes de Noviembre del año 2013.



**EVELYN SORAYA RAMOS TOMALÁ**  
**SECRETARIA PROVISIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD, "ASARENCOS".**

## ANEXOS N° 16 Solicitud de constitución



### SOLICITUD DE CONSTITUCIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD

Santa Elena, 05 de mayo del 2014.

Señor:

Superintendente de Economía Popular y Solidaria.

Presente.-

De mi consideración.

Yo, Vanessa Liseth González Ricardo, portadora de la cédula de identidad N° 0925910382, en mi calidad de Presidenta Provisional, comparezco ante usted y solicito iniciar el trámite de constitución de la ASOCIACIÓN DE ARTESANOS EN COSTURA DE PROSPERIDAD, "ASARENCOS", que operará en la Comuna Prosperidad de la Parroquia San José de Ancón, del Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena. Según consta en el Acta de Constitución y demás documentos que se adjuntan.

Para futuras notificaciones registro como domicilio la siguiente dirección: Provincia de Santa Elena, Parroquia San José de Ancón, Comuna Prosperidad, Barrio 15 de Enero, calle B - Manuela Cañizares.

Atentamente,

Firma

Vanessa Liseth González Ricardo.

C.I. 092591038.

## ANEXOS N° 17 Certificado del Gramatólogo

 **Econ. Abraham Yagual Villalta**  
Asesoramiento Contable y Tributario  
Telf: 042771869 Cel: 0981064065  
e-mail: senen.yagual@hotmail.com  
Cantón Salinas - Provincia de Santa Elena - Ecuador



# CERTIFICACION

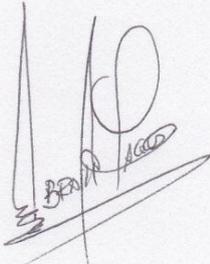
**ABRAHAM SENEN YAGUAL VILLALTA**, Magister en Diseño y Evaluación de Modelos Educativos, con registro del SENESCYT N° 1050-13-86041293 emitido el 14-11-2013, por medio del presente tengo a bien **CERTIFICAR**:

Que he revisado la redacción, estilo y ortografía de la tesis de grado elaborado por: **ROBERTO CARLOS GONZÁLEZ VILLÓN**, cédula de Identidad N° 0927665620, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL**.

Tema de tesis: " **PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS ARTESANOS EN COSTURA DE LA COMUNA PROSPERIDAD DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE ANCÓN DEL CANTÓN SANTA ELENA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014**".

Trabajo de investigación que ha sido escrito de acuerdo a las normas ortográficas y de sintaxis vigentes.

Salinas, a 7 de mayo del 2014.



**MAGISTER ABRAHAM S. YAGUAL VILLALTA**  
CÉDULA IDENTIDAD N° 0905750527

## ANEXOS N° 18 Carta Aval

Prosperidad, 22 de Febrero del 2013

Econ. Félix Tigrero González  
Director de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial  
Universidad Estatal Península de Santa Elena.  
En su despacho.-

De nuestras consideraciones.-

Reciba un atento saludo de quienes conformamos la Directiva de la Comuna Prosperidad y a la vez le deseamos muchos éxitos en sus funciones.

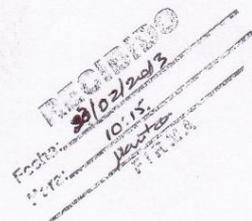
El presente escrito tiene como objeto comunicar la comparecencia que en mención a la resolución de los moradores y de la Directiva de la Comuna Prosperidad, que mediante Asamblea General se aprobó la solicitud del Señor González Villón Roberto Carlos de la Carrera de Desarrollo empresarial y se autorizó al mismo a llevar a cabo un proyecto denominado PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS ARTESANAS EN COSTURA DE LA COMUNA PROSPERIDAD. Del mismo modo, expresamos nuestras intenciones en participar al cumplimiento de los fines del proyecto y la vez apoyar en el proceso de socialización y de recolección de información necesaria de las personas involucradas para la buena marcha de su trabajo, el mismo que contribuirá para el progreso y al desarrollo productivo de la comunidad.

Agradecido por su tiempo nos suscribimos ante usted augurándoles éxitos en su vida profesional.

Atentamente;



Sr. Germán Suárez  
Presidente



**ANEXOS N° 19 Fotos**



Reunión de apertura



Charla referente a la asociatividad



Reunión de trabajo



Reunión de trabajo



Recolección de información



Valla publicitaria