



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

TEMA:

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS MUJERES ARTESANAS EN HILO DE
LA COMUNA SAN VICENTE PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: JÉSSICA BETZABETH FLORES REYES

TUTOR: ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS MUJERES ARTESANAS EN HILO DE
LA COMUNA SAN VICENTE PROVINCIA DE SANTA ELENA
AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

JÉSSICA BETZABETH FLORES REYES

ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES MSc.

LA LIBERTAD - ECUADOR

2014

La Libertad, 29 de Agosto del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “Plan de asociatividad para las mujeres artesanas en hilo de la comuna San Vicente provincia de Santa Elena año 2015” elaborado por Jéssica Betzabeth Flores Reyes, egresada de la Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. William Caiche Rosales MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a DIOS, por haberme brindado la oportunidad de vivir y culminar con éxito mi formación profesional.

A mis padres por ser el pilar fundamental en mi vida y por brindarme su cariño, amor y comprensión y por enseñarme a no rendirme ante ninguna circunstancia. Y a mis demás familiares.

Jéssica Betzabeth Flores Reyes

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que estuvieron conmigo apoyándome para que pueda realizar con éxito mi tesis que con esfuerzo, sacrificio y tiempo se hizo realidad.

A DIOS, por guiarme en el camino correcto y darme las fuerzas que necesitaba para superar obstáculos y dificultades que se encontraba en el transcurso de este proyecto.

A mis padres que con sus consejos, apoyo y amor me enseñaron a no rendirme ante cualquier problema y que gracias a ellos pude culminar mi tesis.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena y a todos los docentes que nos brindaron los conocimientos necesarios para poder terminar con nuestros estudios.

Y a mí tutor de tesis Econ. William Caiche que con sus consejos y conocimientos ha logrado cumplir una meta más.

Jéssica Betzabeth Flores Reyes

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón MSc.
DECANA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

Eco. William Caiche Rosales, MSc
PROFESOR - TUTOR

Eco. Hugo Álvarez Plua, MSc
PROFESOR DE ÁREA

Abg. Joe Espinoza Ayala.
SECRETARIO GENERAL

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

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS MUJERES ARTESANAS EN
HILO DE LA COMUNA SAN VICENTE PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

Autora: Jessica Betzabeth Flores Reyes
Tutor: Econ. William Caiche Rosales MSc

RESUMEN

Dentro de la provincia de Santa Elena se puede encontrar sin números de personas calificadas que se dedican a desarrollar sus habilidades mediante la elaboración de productos de manera artesanal y con materiales que se encuentran en el sector, en la comuna San Vicente existen artesanas que realizan carteras en hilo donde por varios motivos no han podido crecer de la manera que ellas esperan, y sus ventas no son tan significativas. Es por ello que el presente trabajo de investigación tiene como finalidad elaborar un plan de asociatividad para las artesanas en hilo de la Asociación “Tejidos San Vicente”, debido a la primera observación que se realizó se pudo conocer los diferentes problemas que afrontan las artesanas, una de las dificultades más representativa que ellas poseen es la baja comercialización de sus productos que por ende hace que sus ingresos no sean altos y no alcance para el sustento de sus familiares. Los beneficios que se desea alcanzar mediante el plan de asociatividad es ingresar a mercados ya posicionados ofreciendo diversificación de las artesanías que ellas elaboran y realizando nuevos productos como la ropa de bebe hechas con hilo y además de poder acceder a los beneficios que ofrece entidades como los préstamos, dentro del plan se desarrollan estrategias de marketing como de precio que se elaborara la lista de precios para cada artesanía, plaza que se ingresara a nuevos mercados, promoción serán a través de la publicidad y producto serán la variedad de productos elaborados con el hilo, cada una de las estrategias puedan ser utilizadas por las socias permitiendo el incremento de sus ventas y el reconocimiento de sus artesanías que las socias pretenden alcanzar al implementar cada una de las estrategias desarrolladas dentro de la propuesta. La modalidad utilizada dentro del estudio fue enfoque cualitativo – cuantitativo, además se utilizó herramientas primordiales para la recolección de información necesaria para el desarrollo del estudio como fueron; la guía de observación, guía de encuestas que se aplicaron a dos segmentos como las artesanas y la población de la comuna San Vicente, guía de entrevistas y guía de pautas que fueron aplicadas a las personas idóneas en cada uno de los temas.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
TRIBUNAL DE GRADO	iv
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE ESQUEMAS	xv
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xx
ÍNDICE DE FOTOS	xxi
INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
UBICACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	4
Objetivos.....	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos	5
HIPÓTESIS.....	5
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	6
CAPÍTULO I.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9

	Pág.
1.1.	ANTECEDENTES DE TEMA.....9
1.2.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....10
1.2.1.	Asociatividad.....10
1.2.1.1.	Característica de la asociatividad.....11
1.2.1.2.	Objetivos de la asociatividad.12
1.2.1.3.	Ventajas de la asociatividad.....13
1.2.1.4.	¿Por qué rompe la asociatividad?.....13
1.2.1.5.	Asociatividad: Una solución moderna para enfrentar mundo globalizado.....14
1.2.1.6.	Experiencias exitosas de las asociaciones en el Ecuador.....14
1.2.1.7.	Tipos de asociatividad.....15
1.2.2.	Estrategias de marketing17
1.2.2.1.	Ventas.....19
1.2.2.2.	Cadena de valor.....20
1.3.	Concordancias Legales.....21
1.3.1.	Constitución del Ecuador 2008.....21
1.3.2.	Plan del Buen Vivir 2013-2017.....23
1.3.3.	Ley de Defensa del Artesano26
1.3.4.	Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero.....26
1.4.	MARCO SITUACIONAL O REFERENCIAL28
1.4.1.	Historia de la comuna San Vicente.....28
1.4.2.	Asamblea de la comuna San Vicente.....29
 CAPÍTULO II.....30	
METODOLOGÍA.....30	
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....30
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN31
2.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....31
2.3.1.	Por el Propósito:.....31

	Pág.
2.3.2. Por el Nivel:	32
2.3.3. Por el Lugar:.....	32
2.3.3.1. Investigación de campo:.....	32
2.3.3.2. Investigación bibliográfica:.....	32
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
2.4.1. Método inductivo:	32
2.4.2. Método deductivo:	33
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	33
2.5.1. Fuentes primarias:	33
2.5.1.1. Observación.....	33
2.5.1.2. Encuesta.	34
2.5.1.3. Entrevista.....	34
2.5.1.4. Investigación acción participante.	34
2.5.2. Fuentes secundarias:.....	35
2.5.2.1. Documentos.....	35
2.5.2.2. Texto:	35
2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.	35
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.	36
2.7.1. Población.....	36
2.7.2. Muestra.....	37
2.7.2.1. Muestra probabilística.....	37
CAPÍTULO III	39
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	39
3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.	39
3.2. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA.....	41
3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.....	43
3.4. CONCLUSIONES.	57
3.5. RECOMENDACIONES.	58

	Pág.
3.6.	Análisis de resultados de la encuesta59
3.7.	CONCLUSIONES.83
3.8.	RECOMENDACIONES.84
CAPÍTULO IV85
PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS ARTESANAS EN HILO DE LA ASOCIACIÓN “TEJIDOS SAN VICENTE” DE LA COMUNA SAN VICENTE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.85
4.2.	PUNTOS BÁSICOS85
4.2.1.	Justificación.....85
4.2.2.	Objetivos.86
4.2.3.	Operatividad de la Propuesta.86
4.3.	ADMINISTRACIÓN.87
4.3.1.	Planificación.....87
4.3.2.	Recursos.87
4.3.3.	Metodología de implementación.....87
4.3.4.	Modelo de asociatividad.88
4.3.4.1.	Estrategias de formalización.88
4.4.	Fundamentos organizacionales103
4.4.1.	Filosofía Empresarial.108
4.4.1.1.	Filosofía empresarial.....108
4.4.1.2.	Misión.108
4.4.1.3.	Visión.108
4.4.1.4.	Valores corporativos108
4.4.2.	Formalización de la Asociatividad.....109
4.4.3.	Fundamentos Estratégicos de la Propuesta110
4.4.3.1.	Análisis F.O.D.A de las artesanas en hilo “Tejidos San Vicente”.110
4.4.3.2.	Matriz de evaluación de factores internos.....113
4.4.3.3.	Matriz de evaluación de factores externos.113

	Pág.
4.4.3.4. Matriz Estratégica FODA para la asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente”	115
4.4.3.5. Matriz de competitividad	116
4.4.3.6. Matriz Boston Consulting Group M.B.C.G.	117
4.5. LAS 5 FUERZA DE PORTER PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS EN HILO “TEJIDOS SAN VICENTE”	118
4.5.1. Cadena de valor en la asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente”	120
4.6. PLAN DE ACCIÓN.....	121
4.7. ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS EN HILO “TEJIDOS SAN VICENTE”	125
4.8. Cronograma para la asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente”	133
4.9. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS EN HILO “TEIIDOS SAN VICENTE”	134
4.9.1. Estudio financiero.	134
4.9.1.1. Presupuesto sin asociatividad.....	135
4.9.1.2. Presupuesto con asociatividad.....	136
4.9.1.2.1. Inversión inicial.....	136
4.9.1.2.2. Maquinaria y equipo	136
4.9.1.2.3. Activos intangibles	137
4.9.1.2.4. Capital de trabajo	138
4.9.1.2.5. Obras físicas	139
4.9.1.2.6. Resumen.....	140
4.9.2. Financiamiento.....	141
4.9.2.1. Mecanismo	141
4.9.2.2. Amortización.....	141
4.9.2.3. Aportación de los socios	142
4.9.2.4. Proyección de ventas.....	143
4.9.2.5. Productos a comercializar	143
4.9.3. Costos operativos y gastos	143

	Pág.
4.9.3.1. Costos operativos	144
4.9.3.1.1. Costo de materia prima	144
4.9.3.1.2. Costo de mano de obra	144
4.9.3.1.3. Costo indirecto de fabricación	145
4.9.3.2. Gastos Proyectados	145
4.9.3.2.1. Gastos administrativos	145
4.9.3.2.2. Gastos de ventas	147
4.9.3.2.3. Gastos por servicio	147
4.9.4. Depreciación	148
4.9.5. Estado de resultado	149
4.9.6. Flujo de caja proyectado	150
4.9.7. Evaluación financiera.....	152
CONCLUSIONES	153
RECOMENDACIONES	154
BIBLIOGRAFÍA.....	155
ANEXOS.....	158
FOTO GALERIA.....	176

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO N° 1 Operacionalización de las variables.....	7
CUADRO N° 2 Población	37
CUADRO N°3 Operatividad de la propuesta	86
CUADRO No. 4 Cronograma capacitación N° 1.....	92
CUADRO N°. 5 Cronograma capacitación N°2.....	94
CUADRO N° 6 Matriz F.O.D.A.....	112
CUADRO N° 7 Matriz de evaluación de factores internos	113
CUADRO N° 8 Matriz de evaluación de factores externos.....	114
CUADRO N° 9 Matriz estratégica F.O.D.A.....	115
CUADRO N° 10 Matriz de perfil competitivo	116
CUADRO N° 11 Plan de acción.....	121
CUADRO N°.12 Cronograma capacitación N°3	131
CUADRO No.13 Cronograma capacitación N°4.....	132
CUADRO N°.14 Cronograma de actividades.....	133
CUADRO N°. 15 Presupuesto sin asociatividad	135
CUADRO N°. 16 Maquinaria y Equipo	136
CUADRO N°. 17 Activos intangibles	137
CUADRO N°. 18 Capital de trabajo.....	138
CUADRO N°. 19 Obras físicas.....	139
CUADRO N°. 20 Resumen Inversión Inicial	140
CUADRO N°. 21 Mecanismo de aportación de la inversión.....	141
CUADRO N°. 22 Amortización Anualmente.....	142
CUADRO N°. 23 Aporte socias	142
CUADRO N°. 24 Ventas producidas anualmente	143
CUADRO N°. 25 Costos de producción.....	144
CUADRO N°. 26 Mano de obra	144
CUADRO N°. 27 Costo indirecto de fabricación.....	145
CUADRO N°. 28 Gastos administrativos.....	145

	Pág.
CUADRO N°. 29 Personal.....	146
CUADRO N°. 30 Suministro.....	146
CUADRO N°. 31 Capacitaciones	146
CUADRO N°. 32 Gastos de venta	147
CUADRO N°. 33 Gastos por servicio	147
CUADRO N°. 34 Balance de maquinarias equipos y tecnología	148
CUADRO N°. 35 Estado de resultado	149
CUADRO N°. 36 Flujo de Caja.....	150
CUADRO N°. 37 Ahorro socias	151
CUADRO N°. 38 Van - Tir	152
CUADRO N°. 39 Tiempo recuperación de la inversión.....	152

ÍNDICE DE ESQUEMAS

	Pág.
ESQUEMA N° 1 Estrategias de marketing	18
ESQUEMA N° 2 Cadena de valor de M. Porter	20
ESQUEMA N° 3 Ubicación comuna San Vicente	28
ESQUEMA N° 4 Modelo de asociatividad horizontal para la asociación “Tejidos San Vicente”	88
ESQUEMA N°5 Estructura organizacional para la Asociación ·Tejidos San Vicente.....	103
ESQUEMA N° 6 Boston consulting group.....	117
ESQUEMA N°7 Análisis de las 5 fuerzas de Porter.....	118
ESQUEMA N°8 Cadena de valor de la asociación Tejidos San Vicente	120
ESQUEMA N°9 Logo asociación.....	126

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA N° 1 Actividad	43
TABLA N° 2 Situación sector artesanal	44
TABLA N° 3 Principales artesanías	45
TABLA N° 4 Aspectos	46
TABLA N° 5 Conocimiento de artesanías	47
TABLA N° 6 Proceso de comercialización	47
TABLA N° 7 Aporte de las ventas	48
TABLA N° 8 Estrategias	49
TABLA N° 9 Implementación	50
TABLA N° 10 Ventajas	51
TABLA N° 11 Desventajas	51
TABLA N° 12 Trabajo en equipo	52
TABLA N° 13 Institución correspondiente	53
TABLA N° 14 Medios	54
TABLA N° 15 Acciones	55
TABLA N° 16 Recomendaciones	56
TABLA N° 17 Edad A	59
TABLA N° 18 Edad C	59
TABLA N° 19 Estado civil A	60
TABLA N° 20 Estado civil C	60
TABLA N° 21 Ocupación A	61
TABLA N° 22 Ocupación C	61
TABLA N° 23 Tipo artesanía	62
TABLA N° 24 Preferencia	62
TABLA N° 25 Tiempo	63
TABLA N° 26 Días	64
TABLA N° 27 Frecuencia	64
TABLA N° 28 Tamaño A	65
TABLA N° 29 Tamaño C	65

	Pág.
TABLA N° . 30 Venta	66
TABLA N° .31 Compra	66
TABLA N° . 32 Valor.....	67
TABLA N° . 33 Precio.....	67
TABLA N° . 34 Análisis A.....	68
TABLA N° .35 Análisis C.	68
TABLA N° . 36 Calidad A.....	69
TABLA N° . 37 Calidad C.....	69
TABLA No. 38 Rentabilidad	70
TABLA N° 39 Organización A.	71
TABLA N° 40 Organización C.....	71
TABLA N° . 41 Apoyo A.	72
TABLA N° . 42 Apoyo C.	72
TABLA N° . 43 Lugar A.	73
TABLA N° . 45 Aspectos A.	74
TABLA N° . 46 Aspectos C.....	74
TABLA N° . 47 Forma A.....	75
TABLA N° . 48 Forma A.....	75
TABLA N° . 49 Reconocimiento.....	76
TABLA N° . 50 Reconocidas	76
TABLA N° . 51 Implementación A.	77
TABLA N° . 52 Implementación C.	77
TABLA N° . 53 Beneficios A.....	78
TABLA N° . 54 Beneficios C.	78
TABLA N° . 55 Desventajas A.....	79
TABLA N° . 56 Desventajas C.....	79
TABÑA N° . 57 Institución A.	80
TABLA N° . 58 Institución C.....	80
TABLA N° .59 Recomendación	81
TABLA N° . 60 Acciones	81
TABLA N° . 61 Medios A.....	82
TABLA N° . 62 Medios C.	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO N°. 1 Edad A.....	59
GRÁFICO N°. 2 Edad C.....	59
GRÁFICO N°. 3 Estado civil A.....	60
GRÁFICO N°. 4 Estado civil C.....	60
GRÁFICO N°. 5 Ocupación A.....	61
GRÁFICO N°. 6 Ocupación C.....	61
GRÁFICO N°.7 Tipo artesanía.....	62
GRÁFICO N°. 8 Preferencia.....	62
GRÁFICO N°. 9 Tiempo.....	63
GRÁFICO N°. 10 Días.....	64
GRÁFICO N°. 11 Frecuencia.....	64
GRÁFICO N°.12 Tamaño A.....	65
GRÁFICO N°. 13 Tamaño C.....	65
GRÁFICO N°.14 Venta.....	66
GRÁFICO N°.15 Compra.....	66
GRÁFICO N° 16 Valor.....	67
GRÁFICO N° 17 Precio.....	67
GRÁFICO N°. 18 Análisis A.....	68
GRÁFICO N° 19 Análisis.....	68
GRÁFICO No. 20 Calidad A.....	69
GRÁFICO No. 21 Calidad C.....	69
GRÁFICO N°. 22 Rentabilidad.....	70
GRÁFICO No.23 Organización A.....	71
GRÁFICO No.24 Organización C.....	71
GRÁFICO N°. 25 Apoyo A.....	72
GRÁFICO N°. 26 Apoyo C.....	72
GRÁFICO N°. 27 Lugar A.....	73
GRÁFICO N°. 28 Lugar C.....	73

	Pág.
GRÁFICO N° 29 Aspectos A.	74
GRÁFICO N° 30 Aspectos C.	74
GRÁFICO No. 31 Forma A.....	75
GRÁFICO No. 32 Forma C.	75
GRÁFICO N° 33 Reconocimiento	76
GRÁFICO N° 34 Reconocidas	76
GRÁFICO N° 35 Implementación A.....	77
GRÁFICO N° 36 Implementación C.....	77
GRÁFICO N° 37 Beneficios A.....	78
GRÁFICO N° 38 Beneficio C.	78
GRÁFICO N° 39 Desventajas A	79
GRÁFICO N° 40 Desventajas C.....	79
GRÁFICO N° 41 Institución A.....	80
GRÁFICO N° 42 Institución C.....	80
GRÁFICO N° 43 Recomendación.....	81
GRÁFICO N° 44 Acciones	81
GRÁFICO N° 45 Medios A.....	82
GRÁFICO N° 46 Medios C.....	82

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. Acta de compromiso.....	158
ANEXO B. Guía de observación.	159
ANEXO C. Guía de pauta.....	160
ANEXO D. Ficha entrevista a expertos.	161
ANEXO E. Ficha encuesta clientes	163
ANEXO F. Ficha encuesta artesanas	166
ANEXO G. Reserva de denominación.....	169
ANEXO H. Filosofía empresarial de la Asociación Tejidos San Vicente	171
ANEXO I. Conformación de la directiva de la Asociación Tejidos San Vicente	173
ANEXO J. Análisis FODA de la asociación.....	174
ANEXO K. Lista de socias	175

ÍNDICE DE FOTOS

	Pág.
FOTO N° 1 Ejemplo de asociatividad en el Ecuador	176
FOTO N° 2 Dispensario médico comuna San Vicente	176
FOTO N° 3 Escuela de la comuna San Vicente.....	177
FOTO N° 4 Jardín de la comuna San Vicente	177
FOTO N° 5 Iglesia de la comuna San Vicente	178
FOTO N° 6 Casa comunal de San Vicente	178
FOTO N° 7 Investigación acción participante	179
FOTO N° 8 Modelo cartera en hilo artesanías comuna San Vicente.....	179
FOTO N° 9 Entrevista.....	180
FOTO N° 10 Encuesta	180

INTRODUCCIÓN

La asociatividad contribuye al desarrollo de un determinado sector permitiendo el intercambio no solo de bienes y servicios, sino también conocimientos y tecnología, basándose en la confianza de los socios y en el beneficio mutuo que se deriva del proceso de asociarse.

Dentro del Ecuador hoy en día existen varios materiales con los cuales se pueden realizar artesanías que demuestran la calidad y la creatividad que posee cada persona en la elaboración de sus productos.

En la comuna San Vicente de la provincia de Santa Elena se encuentran mujeres que en la actualidad se dedican a la elaboración de artesanías con hilo, siendo para cada artesana la fuente de ingreso para sus hogares. El trabajo tiene como propuesta realizar un plan de asociatividad para las artesanas.

Para las artesanas que los productos sean valorados y reconocidos es lo que se desea alcanzar con la propuesta de este proyecto ya que aprovecharían los beneficios que brindan las entidades a las asociaciones.

El estudio se encuentra constituido por los siguientes capítulos: En el primer capítulo, se halla el marco teórico y legal que es necesario para desarrollar de manera adecuada el estudio, en el segundo capítulo, podemos encontrar la metodología utilizada dentro de la investigación.

Y en el tercer capítulo, se encuentra el análisis de los resultados de los instrumentos utilizados como fueron acción participante, entrevistas aplicadas a expertos sobre los temas como asociatividad y sobre las artesanas de la comuna de San Vicente, encuestas que se realizaron a dos muestras como fueron a las artesanas y a la población de la comuna y también la parte financiera que la propuesta necesita para que se pueda llevar a cabo de la manera correcta.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

UBICACIÓN DEL PROBLEMA.

El trabajo de investigación se realizara en la comuna San Vicente que está ubicada en la provincia de Santa Elena y que limita al norte con las comunas Morrillo y Cerro Alto, al sur con la comuna Prosperidad, al este con el recinto de los Baños Termales de San Vicente y al oeste con la cabecera cantonal de Santa Elena, y es el lugar donde se encuentran las artesanas de la “Asociación Tejidos San Vicente”, esta agrupación de mujeres se dedican a la elaboración de bolsos en diferentes tamaños hechos a base de hilo.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

De acuerdo a la investigación se identificaron varios problemas que impiden el desarrollo de la actividad, como por ejemplo los escasos niveles de liderazgo que limita la capacidad administrativa y también la deficiente unidad de comunicación entre las mujeres, la limitada capacidad de gestión financiera que trae como consecuencia no acceder a créditos financieros que en la actualidad dan las entidades del gobierno.

Otra causa que se encontró es el bajo nivel de formación académica y su consecuencia es la incursión de estrategias de comercialización en las ventas de sus productos; también el débil apoyo gubernamental y no permite que las socias no accedan a capacitaciones que serían de gran ayuda para que obtengan nuevos conocimientos y puedan poner en práctica en su diario vivir.

Mencionando otra causa encontrada es que carecen de líneas de transporte ya que dentro de la comuna solo existe una cooperativa y las personas deben esperar que regrese para que puedan movilizarse, como consecuencia es la falta de reconocimiento de la localidad y el limitado acceso a mercados para que las artesanas logren vender sus productos.

Las debilidades anotadas en líneas anteriores traen como consecuencia un problema que para las socias es el principal como es la insipiente capacidad de comercialización de las artesanías en hilo dentro de la “Asociación Tejidos San Vicente” provocando que las ventas de las artesanías no sean significativas y por ende ocasiona que el nivel de ingresos económico de las integrantes no sea muy altas.

Frente a la problemática encontrada en el análisis respectivo, surge como herramienta la propuesta la elaboración de un “plan de asociatividad para las artesanas en hilo de la asociación tejidos San Vicente” dentro de la provincia de Santa Elena que ayudara al desarrollo de la actividad tanto dentro y fuera del sector, aportando con mayores ingresos para cada una de las integrantes y de sus familiares de la asociación.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo incide las estrategias asociativas de marketing en el nivel de ventas de la “Asociación Tejidos San Vicente” la comuna San Vicente provincia de Santa Elena año 2015?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

- ✚ ¿Cuáles son las estrategias de marketing que aplican las artesanas de la “Asociación Tejidos San Vicente”?
- ✚ ¿Cuáles son las estrategias que deberían utilizar las artesanas de la “Asociación Tejidos San Vicente”?
- ✚ ¿Cuáles son los niveles de ventas que alcanzan las artesanas de la “Asociación Tejidos San Vicente” mediante las estrategias que utilizan?
- ✚ ¿Cómo mejorarían las ventas de las artesanas de la “Asociación Tejidos San Vicente” con el uso de estrategias de marketing?
- ✚ ¿Cómo influye un plan asociativo en la “Asociación Tejidos San Vicente” de la Comuna San Vicente provincia de Santa Elena?

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

La asociatividad es un mecanismo de desarrollo sostenible y sostenido que permite a través de la implementación de las diferentes estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles de competitividad similares a los de empresas de mayor envergadura.

La venta de las carteras en hilo ha sido la fuente de ingreso para las mujeres de la comuna San Vicente, con el aprovechamiento de las destrezas y de la materia prima han logrado mantener a su familia siendo las artesanías su trabajo para cada una de las integrantes.

Dentro de la comuna de San Vicente es útil realizar la propuesta de un plan de asociatividad porque permitirá impulsar el desarrollo de la actividad artesanal en hilo tanto dentro como fuera de la comuna, mejorando los ingresos económicos de las mujeres de este sector.

Obteniendo el respaldo de las involucradas (Ver Anexo A) se realizará la propuesta en este sector ya que dará las pautas para solucionar un problema que ya ha sido investigado anteriormente pero que no ha logrado el objetivo propuesto para aprovechar las habilidades de las mujeres artesanales que existen dentro de la comuna

Además el trabajo sigue con la línea de investigación de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial que es el desarrollo organizacional y los componentes son emprendimiento e innovación empresarial y asociatividad y redes empresariales.

El tema estará enfocado en uno de los componentes que es asociatividad buscando fortalecer la actividad artesanal brindando herramienta que permita encontrar estrategias que ayuden a mejorar los diferentes problemas que presenten el grupo de artesanas.

Objetivos.

Objetivo general.

Evaluar la incidencia de las estrategias asociativas de marketing en los niveles de rentabilidad en las ventas de las artesanías de hilo mediante el análisis situacional para la implementación de un plan asociativo en la “Asociación Tejidos San Vicente” de la comuna San Vicente provincia de Santa Elena Año 2015.

Objetivos específicos

Los objetivos específicos para la variable independiente y dependiente son los que a continuación se detallan:

- ✚ Identificar cuáles son las estrategias de marketing que utilizan las artesanas de la “asociación Tejidos San Vicente”.
- ✚ ¿Determinar cuáles serían las estrategias que deben utilizar las artesanas de la asociación Tejidos San Vicente?.
- ✚ Valorar cuales son los niveles de ventas de las artesanas de la “asociación Tejidos San Vicente”.
- ✚ Identificar como mejorarían las ventas de las artesanas con el uso de estrategias de marketing.
- ✚ Evaluar cómo influye un plan asociativo en la “asociación Tejidos San Vicente” de la comuna San Vicente provincia de Santa Elena.

HIPÓTESIS.

La incidencia de las estrategias asociativas de marketing para el fortalecimiento de los niveles de venta en la “Asociación Tejidos San Vicente” de la comuna San Vicente provincia de Santa Elena Año 2015.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Estrategias asociativas de marketing.

Fortalecimiento del nivel de ventas.

CUADRO N° 1 Operacionalización de las variables

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	INSTR.
La incidencia de las estrategias asociativas de marketing para el fortalecimiento de los niveles de ventas mediante un análisis situacional en la asociación "Tejidos San Vicente" de la comuna San Vicente provincia de Santa Elena. Año 2015	Estrategias asociativas de marketing	Las estrategias de marketing es la formulación de acciones que nos ayudaran a captar más clientes, ayudando de esta manera a aumentar los ingresos y a ser competitivos en el mercado.	Cientes	Tipo de clientes	¿A quiénes son comercializadas las artesanías que uds realizan? ¿Existen clientes fijos de sus artesanías?	Observación
			Publicidad	Tipo de medio	¿De qué manera ofrece sus productos? ¿Sus productos son ofrecidos dentro o fuera de la comuna?	Entrevista a expertos
			Nivel de consumo	Frecuencia de compra	¿Cada que tiempo son adquiridos sus productos? ¿Para qué ocasión son adquiridas las artesanías?	Cuestionarios Encuestas
			Precios	Dólar	¿A qué precios son vendidas las artesanías? ¿Existe algún tipo de crédito a los clientes?	
			Materiales	Tipo de insumo	¿Cuáles son los materiales utilizados para realizar las artesanías? ¿Dónde son adquiridos los materiales?	Guía de pauta

Fuente: Operacionalización de las variables

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

HIPÓTESIS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	INST.			
La incidencia de las estrategias asociativas de marketing regionales para el fortalecimiento de los niveles de ventas mediante un análisis situacional en la “asociación Tejidos San Vicente” de la comuna San Vicente provincia de Santa Elena. Año 2015.	Niveles de ventas	Una venta involucra al menos tres actividades: 1) cultivar un comprador potencial, 2) hacerle entender las características y ventajas del producto o servicio y 3) cerrar la venta, es decir, acordar los términos y el precio. Según el producto, el mercado, y otros aspectos, el proceso podrá variar o hacer mayor énfasis en una de las actividades.	Trabajo en equipo	Manera de trabajo	¿De qué manera es la comunicación entre las artesanas? ¿Cómo es el trabajo en equipo entre las artesanas?	Observación			
			Producto	Tipo de producto	¿Qué artesanías elaboran con hilo?				
			Rentabilidad	Ganancia	¿Qué tan rentable es la venta de artesanías?				
						Presupuestos	Dólares	¿Cuánto invierte por las carteras? ¿Cuál es el tamaño de cartera que invierte más en materiales?	Entrevista a expertos
						Estrategias de venta	Tipo de estrategia	¿Utiliza alguna estrategia para vender sus productos? ¿Qué tan eficiente es la comercialización de sus productos?	Cuestionarios Encuestas
						Estructura legal	Reglamentos	¿Posee algún tipo de conocimiento sobre los procedimientos legales?	Guía de pauta

Fuente: Operacionalización de las variables

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO.

1.1. ANTECEDENTES DE TEMA.

Para (tvecu, 2014), “Las artesanías de Ecuador están entre las más admiradas de Sudamérica, combinando la creatividad indígena y la herencia ancestral. Este arte es una manifestación cultural de las raíces indígenas del país, de su rica cultura y tradiciones”.

Así mismo manifiesta (tvecu, 2014), que “En Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país. Los materiales usados en ciertos productos artesanales varían de acuerdo a la región.

Por ejemplo, en el norte del país, los artesanos crean productos elaborados como abrigos, guantes, sombreros, bufadas entre otros con lana tinturada de muchos colores”

En diferentes lugares del Ecuador se puede apreciar artesanías realizadas con diferentes materiales; Otavalo es uno de los lugares más importantes en el campo artesanal, aquí se puede hallar productos como: tejidos coloridos de lana, joyas hechas de piedra, tagua, plata y otros tipos de cristalería.

Otro de los lugares es en la provincia de Manabí donde realizan artesanías con la paja toquilla que ésta es tejida de manera muy hábil y de manera artesanal, este material es utilizado para elaborar sombreros que internacionalmente tienen su marca “Panama hats”, el lugar de destino de las artesanías son Estados Unidos, Panamá, Europa, las artesanías elaboradas en el Ecuador son reconocidas, apreciadas y también valoradas por personas fuera del país.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

1.2.1. Asociatividad.

Según (Pallares Zoilo, 2003) menciona:

“La asociatividad significa el único camino posible que le queda a los sectores productivos pequeños y medianos, de la ciudad y el campo en los países de menores ingresos o desarrollo relativo, no sólo para lograr la sobrevivencia en mercados cada vez más regionales y abiertos a la competencia de las empresas del mundo entero, sino que pretende rescatar formas alternativas de generación de riqueza y equidad en nuestros países”. (pág. 137).

Así mismo (Pallares Zoilo, 2003) concibe a la empresa como “un complejo sistema adaptativo en proceso de aprendizaje permanente que va desde la adquisición de información hasta el uso para redefinir sus funciones de manera permanente, modificar estrategias y fomentar una mayor fluidez en sus flujos de negocios”. (pág. 137).

Según (González Rodrigo, 2008) define:

“Las empresas se asocian para obtener algún tipo de beneficio en forma conjunta, esto implica que debe hacerse, idealmente, entre empresas o socios que detentan valores comunes y cuyas habilidades se complementen entre sí, de manera tal que todos tengan algo para contribuir y que llevarse del grupo”. (pág. 138).

La asociatividad “es un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas y dar respuestas colectivas” (Rodríguez Juan C, 2008, pág. 6)

Es un componente que ayuda agrupar de manera voluntaria a un grupo de persona que se dedican a una misma actividad para poder cumplir metas en conjuntas y aprovechar los beneficios que pueden brindar las instituciones en la actualidad.

Siendo una herramienta útil que puede ayudar a ser competitivos en el mercado. Además con la asociatividad permite resolver problemas que se presenten de manera imprevista en forma de que todas las integrantes ayuden a dar solución.

1.2.1.1. Característica de la asociatividad

De acuerdo a (Maratuech Walter, 2009), “la asociatividad es un mecanismo de cooperación típico de las pequeñas empresas y medianas empresas, menciona que las características principales de una asociatividad son:

- ✚ **Incorporación Voluntaria.-** Ninguna empresa es forzada a integrar un grupo, sino que lo hace cuando tiene la convicción de que puede generarle oportunidades de crecer y mejorar. (pág. 3).
- ✚ **No hay exclusión.-** No excluyen a ninguna empresa por el mercado en el cual operan: estos modelos son aplicables a cualquier tipo de empresa, sin importar a qué industria pertenecen. (pág. 4).
- ✚ **Conservamos la Autonomía.-** En el caso de los grupos asociativos, cada empresa mantiene su autonomía, y decide qué hacer con los beneficios que obtiene del proyecto. (pág. 5).
- ✚ **Tiene Flexibilidad Legal.-** Puede adoptar distintas modalidades, tanto organizacionales como jurídicas. (pág. 6).

Las características que cuenta la asociatividad es que el grupo de personas deciden cuando desean formar parte de ella, no deben ser obligadas a formar parte de los grupos asociativos, además no hay excepción de empresas es decir que pueden ser de diferentes ramas de producción las que pueden pertenecer a estos tipos de grupos que en la actualidad están aumentando dentro del país.

Si a lo largo del tiempo las empresas deciden retirarse cada una conserva su autonomía pero ya no serían un grupo asociativo, esas son las características que cuenta la asociatividad.

1.2.1.2. Objetivos de la asociatividad.

Según (Maratuech Walter, 2009), los objetivos al formar un grupo asociativo son los siguientes:

- ✚ Se asocian para lograr objetivo en común.
- ✚ En el largo plazo, la asociación puede concluir en la formación de una empresa con personalidad jurídica y patrimonio propio.

1.2.1.2.1. Objetivos financieros.

Según el autor (Maratuech Walter, 2009), menciona que los objetivos financieros que pueden llegar a conseguir mediante la conformación de una asociación son tres.

A continuación se detallan. (pág. 13)

- ✚ Acceso a financiamiento
- ✚ Compras conjuntas
- ✚ Inversión conjunta

1.2.1.2.2. Objetivos organizacionales.

Según el autor (Maratuech Walter, 2009), al formar una asociación se pueden llegar a alcanzar objetivos organizacionales, que son cinco.

En las siguientes líneas se mencionan cada uno de ellos. (Pág. 14).

- ✚ Mejora en los procesos productivos.
- ✚ Aplicación de nuevas formas de administración.
- ✚ Capacitación conjunta.
- ✚ Acceso a tecnologías de productos o procesos.
- ✚ Investigación y desarrollo.

1.2.1.3. Ventajas de la asociatividad.

Según (Maratuech Walter, 2009), muestra las siguientes ventajas que tiene pertenecer a un grupo asociativo:

- ✚ **Autonomía.-** Algunos son reacios a compartir información considerada crítica, mantener suficiente autonomía, le da a éste la tranquilidad de que mantiene la clave de su negocio bajo su dominio (pág. 4).
- ✚ **Flexibilidad.-** Al no existir, en la mayoría de los casos, contratos que generen responsabilidad entre las partes (recordemos que son acuerdos voluntarios y generalmente informales) el ingreso y salida de miembros es sencillo y poco conflictivo. (pág. 5).
- ✚ **Economía.-** Los recursos que utilizan son principalmente el tiempo de los miembros, pues no requieren generalmente la erogación de gastos importantes. (pág. 6).

Existen diferentes objetivos que se pueden alcanzar al formar un grupo asociativo como son financieros que en este caso pueden realizar trámites para obtener crédito en una entidad bancaria.

En la parte organizacional se puede lograr mejores manera de producción, y también el intercambio de información entre las empresas o personas que participaran.

1.2.1.4. ¿Por qué rompe la asociatividad?

Según (Maratuech Walter, 2009) menciona que:

“La asociatividad se rompe por varios motivos. Una es por la falta de reglas claras dentro del grupo asociativo, además que no se definen claramente las reglas del juego, y el tipo de cooperación que se propone, también por la inadecuada gerencia no existe en los grupos un gerenciamiento profesional, que mantenga la cohesión de los participantes y los ayude a lograr los objetivos propuestos de manera eficiente”.

Dentro de una asociatividad existen diferentes dificultades que hace que no funcione correctamente, una de ellas es la desconfianza que puede existir entre los integrantes.

Además a veces las reglas no son claras es por ello que a veces los grupos asociativos no logran conseguir sus objetivos trazados al principio del proceso.

1.2.1.5. Asociatividad: Una solución moderna para enfrentar mundo globalizado.

Según (Riffo Cristian M, 2010), menciona que “El término asociatividad trae consigo conceptos como sinergia, solidaridad, conocimiento compartido, redes de apoyo, entre otros. A través de la asociatividad se podría llegar a mercados que hoy son inalcanzables”.

También hace referencia (Riffo Cristian M, 2010), que mediante “Estudios recientes señalan que la única manera de mejorar calidad y cantidad de productos es a través del concepto de asociatividad, o sea, la unión de pequeñas y medianas empresas que muchas veces no tienen relación con el sector en que se desenvuelven, sino un objetivo común”.

Este autor nos manifiesta que la asociatividad hoy en día es unas de las formas de crecer en el mercado actual tanto nacional como internacionalmente, además recalca que asociarse debe ser de manera voluntaria y mantener su autonomía.

1.2.1.6. Experiencias exitosas de las asociaciones en el Ecuador.

Según (Diario el tiempo, 2014), hace referencia a experiencias exitosas de asociatividad “lo que predomina son las artesanías como el sombreros y carteras en paja toquilla; indumentaria, chales y carteras en lana de alpaca y algodón; bisutería y bolsos con base en fibras naturales y semillas, son parte de la tradición de ciertos sectores del país”.

De acuerdo a la entrevista realizada por (Diario el tiempo, 2014), la Sra. Noemí Portilla, artesana de 34 años de la asociación de toquilleras María Auxiliadora, manifiesta que toda su familia colabora, aprende el arte y que gracias a aquello ha logrado educarlos y vivir, además adhirió que son 175 los miembros pertenecientes a su asociación y han exportado a Inglaterra, Holanda y Suiza.

En el ejemplo, se puede observar como utilizan la asociatividad dentro del Ecuador donde las artesanas muestran de manera creativa sus productos recalando los materiales que se encuentran en el medio.

A continuación se detalla las agrupaciones existentes; la asociación de tejedoras del Sigsig-Tesya, especializada en paja toquilla.

La asociación de desarrollo social de artesanos Texal Salinas, de la provincia de Bolívar, que trabaja en indumentaria tejida en lana; también encontramos a Huarmy Maki de Imbabura quien trae chales y carteras tejidas en telar con fibras de algodón, alpaca y lana.

Es una manera de dar a conocer que formar parte de un grupo asociativo puede dar varios beneficios para cada uno de las socias.

1.2.1.7. Tipos de asociatividad.

Para (Rodriguez Juan C, 2008), existen cinco tipos de asociatividad y a continuación se detalla cada uno de ellos:

1.2.1.7.1. Redes de cooperación.

“Conjunto de empresas que comparten información, procesos o conglomeran ofertas, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación. Mantienen diversos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas”. (pág. 20).

1.2.1.7.2. Articulación comercial.

“Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario, gestor de negocios”. (pág. 20).

1.2.1.7.3. Alianza en cadenas productivas.

“En base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos (bienes o servicios). (pág. 21).

Implica división de trabajo en la que cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo”. (pág. 21).

1.2.1.7.4. Alianza en Clusters.

“De manera similar a las cadenas de valor, pero los actores están concentrados geográficamente y están interconectados en una actividad productiva particular”. Comprende no sólo empresas sino también instituciones que proveen servicios de soporte empresarial”. (pág. 21).

1.2.1.7.5. Joint Venture.

“Se constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente pero realiza una actividad empresarial basada a las estrategias competitivas de las empresas propietarias”. (pág. 22).

1.2.1.7.6. Consorcios.

“Los consorcios se pueden formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su personería jurídica pero con una gerencia común. (pág. 23). Estos son los seis modelos de asociatividad.

Para este autor solo existen seis tipos de asociatividad sin embargo también hay asociatividad horizontal y vertical, a continuación se menciona los conceptos.

✚ **Horizontal.-** Que es la manera de agrupar a empresas o grupos de personas que se dedican a la misma actividad productiva

✚ **Vertical.-** Este modelo trata de asociar a empresas en la misma rama.

1.2.2. Estrategias de marketing

Según (Kotler & Armstrong, 2008), menciona que:

“La mezcla de marketing es el conjunto de herramientas de marketing tácticas y controlables que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de marketing incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto”. (pág. 53).

“Un programa de marketing eficaz fusiona todos los elementos de la mezcla de marketing en un programa coordinado y diseñado para alcanzar los objetivos de marketing de la empresa al entregar valor a los consumidores”. (pág. 53).

Y, además indica que un producto “Es 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” (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 199).

También indica (Kotler & Armstrong, 2008), que:

“El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, en términos más amplios es la suma de los valores que los clientes dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (pág. 263).

Plaza o punto de venta:

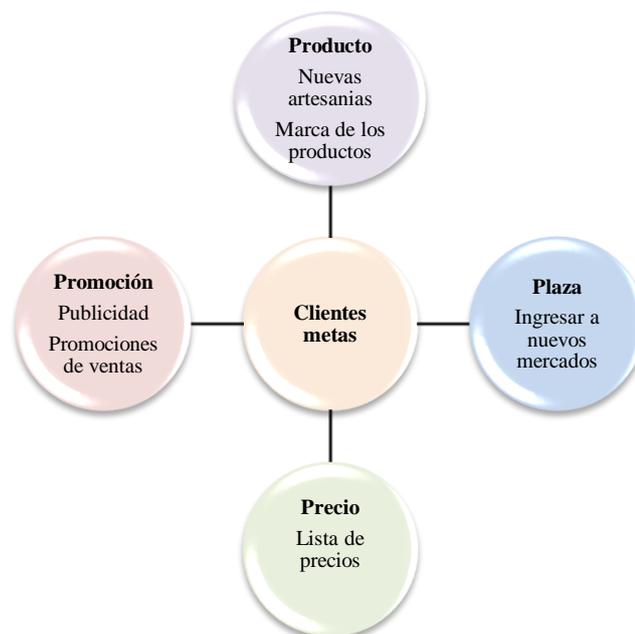
Esta estrategia incluye las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta” (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 53).

Promoción comprende actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 53).

Pero para (Agueda Esteban, 2008), define la promoción como:

“Como una variable de la comunicación comercial dirigida a intermediarios, vendedores, prescriptores y consumidores, que pretende conseguir un incremento de las ventas a corto plazo, mediante el ofrecimiento de ventajas económicas o materiales” (pág. 734).

ESQUEMA N° 1 Estrategias de marketing



Fuente: Estrategia de marketing
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Las estrategias de marketing se desarrollan de acuerdo a lo que la empresa necesita mediante al precio, producto, promoción y plaza para obtener incremento en la participación del mercado, ampliando la línea de productos.

Y obteniendo así el incremento de la rentabilidad de la empresa mediante la aplicación de dichas estrategias.

1.2.2.1. Ventas.

Para (Gerencia y negocio en HispanoAmerica, 2001).

“El término ventas tiene múltiples definiciones, una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero”.

“Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados”.

Además comenta (Gerencia y negocio en HispanoAmerica, 2001), que:

“Una venta involucra al menos tres actividades: 1) Cultivar un comprador potencial, 2) Hacerle entender las características y ventajas del producto o servicio y 3) Cerrar la venta, es decir, acordar los términos y el precio”.

“Según el producto, el mercado, y otros aspectos, el proceso podrá variar o hacer mayor énfasis en una de las actividades”.

Las ventas es el traspaso de un bien o servicio a cambio de cierta cantidad de dinero existen diferentes tipos de ventas para (Gerencia y negocio en HispanoAmerica, 2001):

- ✚ Ventas directas: involucran contacto directo entre comprador y vendedor (ventas al detal, ventas puerta a puerta, venta social).
- ✚ Ventas industriales: ventas de una empresa a otra.
- ✚ Ventas indirectas: ocurre un contacto, pero no en persona.
- ✚ Ventas electrónicas: vía Internet (B2B, B2C, C2C).
- ✚ Ventas intermediadas: por medio de corredores.

1.2.2.2. Cadena de valor

1.2.2.2.1. Definición de la cadena de valor

Según (Porter, 2009):

“Cada empresa es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a sus productos. Todas esas actividades pueden ser representadas usando una cadena de valor se despliega el valor total, consiste en las actividades de valor y del margen”

ESQUEMA N° 2 Cadena de valor de M. Porter



Fuente: Cadena de valor de M. Porter
Elaborado pro: Jéssica Flores Reyes

La cadena de valor es un modelo teórico que consiente en puntualizar el desarrollo de las actividades y de las acciones de manera correcta de una empresa o de un grupo asociativo para que pueda funcionar con eficiencia y eficacia.

Obtener el incremento en la participación en el mercado que toda empresa busca.

1.3. Concordancias Legales.

1.3.1. Constitución del Ecuador 2008.

De acuerdo al artículo 55 trata sobre “las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse”.

En el capítulo VI el Art. 319, menciona que “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”.

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

En el artículo 320, trata sobre “Las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente”. Además menciona que “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”

En el Art. 326, menciona sobre “El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios” además el estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo; toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.

Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente. De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores.

De acuerdo al Art. 334, menciona que “el estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá: desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción, también impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.

Mediante el Art. 335, hace referencia que “el estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

En el Art. 336, “El estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

En cambio en el Art. 337, “el estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la

participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica

1.3.2. Plan del Buen Vivir 2013-2017

En el plan del buen vivir menciona objetivos que será de gran ayuda para el tema.

De acuerdo al Objetivo 2: se trata de “Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad”.

La política 2.1 menciona “generar condiciones y capacidades para la inclusión económica, la promoción social y la erradicación progresiva de la pobreza”

Y su lineamiento estratégico se trata sobre “generar incentivos para la asociatividad, en particular para la reagrupación parcelaria de minifundios, la adquisición de tierras y el acceso a insumos y recursos para la producción a organizaciones de la economía popular y solidaria, considerando la vocación productiva de los territorios”

De acuerdo al objetivo 3: menciona sobre la calidad de vida digna requiere acceso universal y permanente a bienes superiores, así como la promoción del ambiente adecuado para alcanzar las metas personales y colectivas.

La calidad de vida empieza por el ejercicio pleno de los derechos del Buen Vivir: agua, alimentación, salud, educación y vivienda, como prerrequisito para lograr las condiciones y el fortalecimiento de capacidades y potencialidades individuales y sociales.

En el objetivo 4: menciona sobre “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía” el conocimiento debe ser entendido como un proceso permanente y cotidiano, orientado hacia la comprensión de saberes específicos y diversos en permanente diálogo.

Por lo tanto, el conocimiento no debe ser entendido como un medio de acumulación individual ilimitada, ni un acervo que genere diferenciación y exclusión social, la política 4.3 trata sobre promover espacios no formales y de educación permanente para el intercambio de conocimientos y saberes para la sociedad aprendiente.

En el lineamiento F comenta Generar espacios de encuentro, de intercambio de conocimientos y saberes y de aprendizaje intergeneracional en diversas áreas, para la realización personal.

En el objetivo 8: trata sobre “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”. También sobre el sistema económico mundial requiere renovar su concepción priorizando a la igualdad en las relaciones de poder tanto entre países como al interior de ellos, a la (re)distribución y al ser humano, sobre el crecimiento económico y el capital, en la política 8.9 menciona sobre profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario.

En el lineamiento B. menciona sobre democratizar de forma organizada y responsable los medios de producción no vinculados al sector financiero, bajo consideraciones de asociatividad, inclusión y responsabilidad ambiental.

Además en el lineamiento D se establece condiciones preferentes 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.

En el F trata sobre regular la cadena de producción en lo referente a precios y a la definición de precios de sustentación, para establecer condiciones de comercio justo y la reducción de la intermediación en la producción popular y rural.

Y en J sobre 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.

De acuerdo al objetivo 9: trata sobre “garantizar el trabajo digno en todas sus formas”. El sistema económico capitalista concibe al trabajo como un medio de producción que puede ser explotado, llevado a la precarización, y hasta considerarlo prescindible.

El trabajo, definido como tal, está subordinado a la conveniencia de los dueños del capital, es funcional al proceso productivo y, por lo tanto, está alejado de la realidad familiar y del desarrollo de las personas.

De acuerdo a su política 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.

En el lineamiento B. trata sobre democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados,

En el literal G habla sobre fortalecer los programas enfocados en la incorporación de mujeres y de grupos de atención prioritaria al mercado de trabajo, ya sea de forma remunerada o mediante el apoyo de sus emprendimientos.

Y en el último objetivo 10: menciona sobre impulsar la transformación de la matriz productiva., supone una interacción con la frontera científico-técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso

Y además la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores, con mayor intensidad en conocimientos, bajo consideraciones de asimetrías tecnológicas entre países.

En la política 10.5 trata sobre fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micronpequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva, en el lineamiento B indica sobre 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.

1.3.3. Ley de Defensa del Artesano

En el Art. 1, menciona que “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”.

En el Art. 2 menciona que para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos: actividad artesanal: la practica manualmente para la transformación de materia prima destinada a la producción de bienes y servicios; artesano: al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas.

1.3.4. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero.

La ley orgánica de economía popular y solidaria menciona los siguientes artículos

Dentro del artículo 1 se establece que para efectos de la presente ley, se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos.

De acuerdo al artículo 7 trata sobre las designaciones a cada una de los grupos legalmente constituidos; menciona que para los fines de la presente ley, se aplicarán las siguientes denominaciones: organizaciones del sector asociativo, como "asociaciones"; organizaciones del sector cooperativista, como "cooperativas".

Superintendencia de economía popular y solidaria, como "superintendencia, instituto nacional de economía popular y solidaria, como "instituto"; junta de regulación del sector financiero popular y solidario, como "junta de regulación" y, corporación nacional de finanzas populares y solidarias, como "corporación.

En la sección segunda en el artículo 18 señala que el “sector asociativo, es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias.

Con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley”.

El artículo 19 establece como “Estructura Interna, la forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador.

Que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato”.

Además en este literal trata sobre la integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en el reglamento de la presente Ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector,

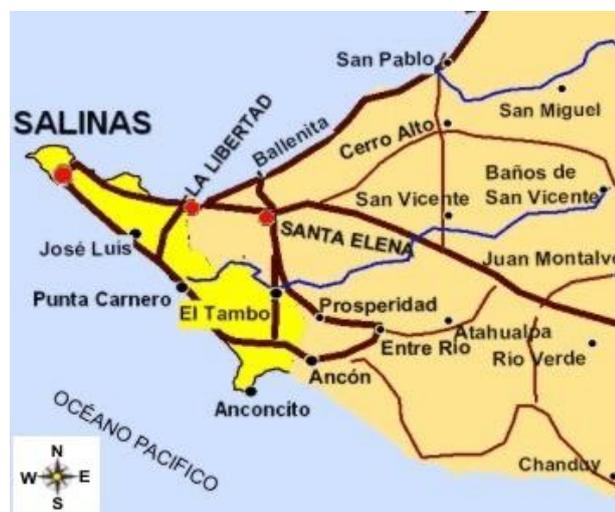
1.4. MARCO SITUACIONAL O REFERENCIAL

1.4.1. Historia de la comuna San Vicente.

La comuna San Vicente fue fundada el 7 de Mayo de 1983 por la familia Reyes Suarez quienes llegaron hasta este lugar en busca de agua. Motivo por el cual llegó con todas sus familias y se asentaron en este territorio poniendo sus primeros cimientos como San Vicente, así nace esta nueva entidad comunal en el cantón Santa Elena, la misma que tiene los siguientes linderaciones:

- ✚ **POR EL NORTE:** con las comunas Morrillo y Cerro Alto
- ✚ **POR EL SUR:** con la comuna Prosperidad
- ✚ **POR EL ESTE:** con el recinto de los Baños Termales de San Vicente
- ✚ **POR EL OESTE:** con la cabecera cantonal de Santa Elena

ESQUEMA N° 3 Ubicación comuna San Vicente



Fuente: Ubicación comuna San Vicente

Elaborado por: Gobierno Autónomo Descentralizado Santa Elena

En la actualidad esta población tiene aproximadamente 1200 habitantes y entre los apellidos más comunes de la comuna son Reyes, Suárez, Borbor, Medina, Quirumbay, Balón, Tómalá entre otros que son los más mencionados dentro de la comuna.

La comuna cuenta con una Escuela Fiscal Mixto N° 2 Dr. Hernán Parker, un jardín de niños llamado Fantasías Infantiles N° 10 donde las personas que trabajan dejan a sus hijos ahí porque también funciona como guardería.

Además poseen alumbrado público, agua potable, luz eléctrica, internet y servicio telefónico pero son pocas las familias que contratan este servicio debido al alto costo que deben cancelar, cuentan con un parque y también poseen una iglesia católica donde los patronos que son San Vicente y su celebración es en Abril y el patrono San Pablo.

Además poseen un seguro social campesino dispensario comunal San Vicente N°4 que es del Instituto Ecuatoriano de Salud Social donde las personas acuden ahí en el horario de 9:00 a 12:00 del día y de 15:00 a 18:00 horas, la mayor parte de ocasión existe la medicina, la directiva del dispensario está conformada por la Sra. Helen Tómalá que es la presidenta, la Sra. Rosa Borbor vicepresidenta, Sra. Angélica Suárez que es la secretaria y el Sr. Jorge Tómalá que es el tesorero.

La calle principal esta pavimentada mientras que sus anexos son de tierra, no cuentan con colegio y es por eso que los estudiantes deben salir hasta colegios de la provincia de Santa para obtener título de bachiller y no quedarse sin realizar los estudios secundarios.

1.4.2. Asamblea de la comuna San Vicente.

La comuna se encuentra representada legalmente por cuatro personas que son la encargada de buscar diferentes actividades para el desarrollo y el beneficio de los habitantes, y toman las mejores decisiones para el beneficio de todos.

Su directiva está conformada por: **Presidente:** Claudio Rodríguez Suarez; **Vice-Presidente:** Marilis Quirumbay Medina; **Secretario:** Abel Reyes; **Tesorero:** Pedro Borbor Santamaría, no cuentan con vocales principales ni suplentes.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA.

Según (Morles, 2011), menciona que:

“Describe dos acepciones del término metodología. La primera de uso limitado que se refiere a los procedimientos que se utilizan para lograr los objetivos propuestos. Y una segunda que la considera como el estudio crítico del conjunto de operaciones y procedimientos racionales y sistemáticos que se utilizan para dar soluciones al problema de carácter teóricos y prácticos planteados”.

El presente trabajo de investigación se desarrolló de acuerdo al muestreo aleatorio simple con la población finita debido a que se tomara a la población de la comuna San Vicente porque es donde se desarrollara el estudio y la investigación aplicada porque se recurre a métodos y técnicas serán utilizados para resolver el problema

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Según (Hernández - Fernández y Baptista, 2010), menciona:

“La investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlo” (pág. 191).

La presente investigación se orienta en una investigación cualitativa no experimental debido a que los datos no son manipulados de ninguna manera, ni en ningún momento.

Y porque se describe cada una de las variables que presenta las artesanas de la asociación “Tejidos San Vicente”, es por ello que se aplica ese tipo de investigación dentro del estudio de investigación.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para (Hernández - Fernández & Baptista, 2006), menciona que:

“El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (pág. 5).

Mientras que el enfoque cualitativo de acuerdo a (Hernández - Fernández & Baptista, 2006) “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para describir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. (pág. 8).

Mediante el enfoque mixto nos permite recolectar, analizar y vincular los datos cuantitativos y cualitativos aplicados en un mismo estudio, que nos ayudara a responder preguntas necesarias para el planteamiento del problema que se necesita para el estudio.

El trabajo se utilizará este enfoque, debido a que se debe existir claridad entre los elementos que son parte ver con el problema comenzando con definir, limitar y saber con exactitud donde se inicia el inconveniente y cuáles son las causas que los ocasionan.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

2.3.1. Por el Propósito:

Aplicada.

La investigación por el propósito también conocida como práctica o empírica, y debido a su concepto se utilizó dentro del estudio porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren durante el tiempo de estudio es puesta en marcha y de esta manera ayudo a solucionar los problemas de la asociación tejidos San Vicente.

2.3.2. Por el Nivel:

Dentro del estudio el nivel de la investigación es descriptivo-correccional debido a que se detalla el estado actual de las artesanas. Además es correlacional ya que hace se verá la relación de las variables como es la dependiente e independiente.

2.3.3. Por el Lugar:

2.3.3.1. Investigación de campo:

Para poder tener información que sea primordial para el desarrollo del estudio es conveniente realizar investigación de campo mediante las informaciones que proceden de entrevistas, encuestas y observaciones con las personas involucradas para obtener conocimiento de los problemas que presentan.

2.3.3.2. Investigación bibliográfica:

Se utiliza apoyándose en fuentes de carácter documental ya sean primarias y secundarias que ayudan a obtener información para el desarrollo de cada punto del estudio nos ayuda a reforzar temas que son de interés para el desarrollo adecuado de la investigación.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Los métodos que se utilizara para obtener información relevante para el estudio serán inductivo y deductivo y los que se presentan a continuación con cada significado:

2.4.1. Método inductivo:

Este método va de lo particular a lo general. Es un proceso intelectual que radica en inferir unos temas particulares observados y que vale para todos los de la misma especie.

2.4.2. Método deductivo:

El método deductivo quiere decir que va de lo general a lo particular, lo contrario del método inductivo. Este método parte de verdades anticipadamente creadas como principios generales, para que luego se aplique a casos individuales y de esta manera se pueda validar.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas de investigación son herramientas que ayudaran a la recolección de información necesaria para el estudio como fuentes primarias y fuentes secundarias, que a continuación se muestran cuáles son las técnicas que se utilizó durante la investigación.

2.5.1. Fuentes primarias:

2.5.1.1. Observación.

Según (Arias, 2006).

La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos (pág. 69).

Existen varios tipos de observación como son:

Directa o indirecta, participante o no participante, estructurada o no estructurada, de campo o de laboratorio e individual o en equipo.

La que se utilizara dentro del presente estudio es la observación no participativa porque no tiene ninguna relación con los sujetos de estudio y es la que se adopta al trabajo que se va a realizar en la comuna San Vicente.

2.5.1.2. Encuesta.

La encuesta es una de las metodologías más manejadas en la investigación porque permite obtener amplia información. Es por aquello que se realizara un cuestionario donde nos permita tener la información necesaria.

“La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias” (Thompson Ivan, 2011).

2.5.1.3. Entrevista.

“El investigador plantea preguntas en forma oral a un sujeto y anota la información obtenida. La entrevista puede ser individual, grupal, estructura o no estructurada” (Mendez, 2006, pág. 300).

En el estudio se aplicó entrevistas a expertos como al Ing. Francisco Panchana, Ing. Gabriela Gómez, Ing. Oswaldo Rosales, Ing. José Quiroz, Ing. Billy Muñoz que son Ingenieros Comerciales, también a la Ing. Lissette Carreño y al Ing. Edwin Domínguez que son profesionales en Administración de Empresas, a la Licenciada Mercy Reyes Villao, y a la Sra. Carmen Tómalá presidenta de la asociación pequeños comerciantes y artesanías del cantón La Libertad.

2.5.1.4. Investigación acción participante.

El método de investigación acción participación adopta dos procesos, uno es el de conocer y el de actuar, implicando en ambos a la población donde se desarrollara el tema de estudio.

Además facilita a las comunidades un método para analizar y comprender mejor la realidad de la población o sea sus problemas, necesidades, capacidades y sus recursos permitiendo proyectar acciones y medidas para transformarla y mejorarla.

2.5.2. Fuentes secundarias:

2.5.2.1. Documentos.

Para el desarrollo del estudio los documentos que se requirieron son los siguientes: Plan Nacional Del Buen Vivir 2013-2017, La Constitución de la Republica, Ley de Economía Popular y Solidaria, Ley de Fomento Artesanal, además se utilizó tesis que fueron de gran aporte para la recolección de información valiosa.

2.5.2.2. Texto:

La información que brindan los textos es de gran ayuda para desarrollar diferentes estudios porque nos dan a conocer sobre un tema específico y también sobre ejemplos planteados en la realidad para de esta manera guiarnos e informarnos bien y desarrollar la investigación que se está realizando de manera eficaz; los textos utilizados fueron de Méndez, Porter, Kotler, Hernández – Fernández y Baptista entre otros autores.

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Dentro del estudio se utilizaran cuatros instrumentos que son guía de observación, entrevista, encuesta y acción participante que nos ayudaran a obtener información importante para poder desarrollar la investigación de manera adecuada, a continuación se detalla cada uno de ellos.

- ✚ **Guía de observación:** Se diseñó la guía de observación debido a que es un elemento esencial para las investigaciones porque permite prestar atención a todos los hechos tal como ocurren y sobre todo aquel que le interesan y consideren significativos el investigador. (Ver Anexo B).

- ✚ **Guía de acción participante:** Se elaboró esta guía para poder obtener información de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la

asociación y para conocer los problemas y posibles soluciones (Ver Anexo C).

✚ **Guía de entrevistas:** El instrumento se elaboró porque es una conversación con personas aptas en temas del objeto de estudio con un propósito específico de conocer lo que piensan desde su perspectiva. (Ver Anexo D).

✚ **Guía de encuesta:** Se desarrolló dos guías de encuesta porque busca recopilar datos por medio de cuestionarios previamente diseñados, sin modificar los resultados que se obtienen

Mediantes las encuestadas que son la población de la comuna San Vicente (Ver Anexo E) y las artesanas (Ver Anexo F.) debido a que es el lugar donde se desarrollará el tema de estudio.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1. Población.

Según (Arias, 2006) menciona que:

“La población nos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación esta queda delimitada por el problema y por los objetos de estudio. (pág. 81).

La población del estudio serán las mujeres artesanas de la asociación y todas las mujeres que habitan en la comuna San Vicente debido que es en este segmento que se deberá realizar la investigación.

Además de diez expertos que serán de gran ayuda para conocer sobre temas primordiales y conoceremos las perspectiva de cada uno de ellos ya que darán diferente opiniones.

CUADRO N° 2 Población.

POBLACIÓN	CANTIDAD
Artesanas	20
Población San Vicente	1200
Expertos	10
TOTAL	1230

Fuente: Población
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

2.7.2. Muestra

2.7.2.1. Muestra probabilística

El método que se utilizara dentro del estudio es el probabilístico ya que todas las personas tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra, es por ello que se eligió este método para que todas las mujeres de la comuna tengan la oportunidad de participar y dar sus respuestas y de esta manera conocer su punto de vista.

A continuación se detalla cada significado de los elementos de la fórmula que se utilizó y como se desarrolló para obtener el resultado final del total de las encuestas que se van a realizar a las dos poblaciones como a las artesanas en hilo de la asociación y a la población de la comuna, ya que es de vital importancia obtener la opinión de ambas.

Elementos

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

Z²= Nivel de confianza

e²= Porcentaje de error

p= Probabilidad

q= Probabilidad que no tenga éxito

Desarrollo de la formula

A continuación se detalla el desarrollo de la formula.

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

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 1200}{0.05^2(1200 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.05 \cdot 0.05}$$

$$n=282$$

De acuerdo al desarrollo de la fórmula que se necesitó para conocer el total de las personas encuestadas es de 282 personas que es a quien debe ser aplicadas las encuestas.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Para recolectar información necesaria para el desarrollo del estudio se procede a realizar el levantamiento de información con los diferentes instrumentos que será de mucha ayuda para obtener todo lo necesario a continuación se presenta los instrumentos y las personas a quien se realizara cada una de ellas.

Los instrumentos que se utilizaron fueron; ficha de observación que se realizó en la comuna San Vicente para tener conocimiento sobre el lugar donde se realizara el estudio, acción participante que se aplicó a las artesanas en hilo de dicha comuna, ficha de entrevista que fue utilizada a los expertos en el tema y la ficha de encuesta que fue a las mujeres de la localidad.

3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN.

Los resultados de la observación es que en la comuna San Vicente de la provincia de Santa Elena existen diferentes actividades con los que ayudan a obtener ingresos para el sustento de las familias la primera persona que se conoció es al dirigente de la comuna para que nos comente sobre las diferentes actividades que se realiza, donde nos manifestó que se encuentran artesanas que se dedican a elaborar carteras con hilo.

Luego se procedió a conocer a la Sra. Flerida Suarez Reyes quien nos manifestó la manera que ellas aprendieron a realizar esas artesanías, se inició cuando la Sra. Norma Laínez Guamán llego para proponerle a darle un curso con costo de los materiales, para aprender a realizar diferentes artesanías con el hilo desde entonces fue de ayuda para que ellas puedan desarrollar sus habilidades y tener ingresos económicos desde aquel tiempo.

El hilo es un material completamente sintético a continuación se muestra los materiales y procedimiento que las artesanas realizan para elaborar cada una de las carteras.

Los materiales para la elaboración de las carteras se utilizan: hilo, una base de cartera, un crochet grueso y una argolla.

El primer paso es después de haber hecho un ovillo las madejas, se debe tomar la base de cartera y tejer dos medios puntos en cada orificio de las partes paralelas. En las curvas, debe tejer 3 medios puntos en cada orificio.

Una vez que se tenga la primera hilera, se toma solo la hebra de atrás de cada medio punto y se hace una hilera de medios puntos.

Después se teje a partir de la tercera hilera un medio punto, seguido de un medio punto largo, este medio punto largo se tomara en el medio punto de la hilera anterior.

El punto dará la apariencia de un panal de abejas. Al terminar el largo deseado, aproximadamente 25 cm de alto, se hará una hilera sola de medios puntos.

Luego se debe separar con alfileres la ubicación de cada argolla. Una a cada costado y tres a cada lado largo de la cartera. Se debe tratar de ponerlas espaciadas en forma simétrica, tanto visual como espacial.

Esto quiere decir, que se deben ubicar los alfileres de tal manera que se vean simétricos.

Se debe usar 4 medios puntos por cada argolla. Ahora toca ubicar las argollas. Se pasa el crochet por dentro de la argolla, luego hace el medio punto. Así termina el proceso del tejido de las carteras.

3.2. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA.

Se llevó a cabo el estudio exploratorio que es la investigación acción participante a las artesanas en hilo de la “Asociación Tejidos San Vicente” de la comuna San Vicente de la provincia de Santa Elena, donde se conoció los problemas y posibles soluciones para las socias y también se pudo obtener información relevante para definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (F.O.D.A).

Con 19 de las 20 socias se determinó que los productos que ellas elaboran son las carteras hechas con hilo, en tamaños pequeñas, medianas y grandes; además mencionaron que desde uno a dos años atrás empezaron a realizar aquellos productos, además comentaron que las ventas no son tan altas todas estuvieron de acuerdo con la misma respuesta.

Los precios que ellas ofrecen son para la cartera pequeña \$10,00 dólares, para las medianas \$15,00 dólares y para las grande \$20,00 dólares.

Acerca de los problemas que presentan comentaron que el principal problema es la baja comercialización de las artesanías, el problema se debe a que no están formalizados y que no cuentan con estrategias que ayudarían a combatir esa anomalía y que las consecuencias que ocasiona es que las ventas no sean altas.

Para las socias dijeron que la solución es la formalización de la asociación y las 9 restantes que sería buscar estrategias que ayuden a mejorar las ventas que es el problema que ellas mencionaron.

Sería la mejor porque una vez formalizadas la asociación de artesanas en hilo obtendrán reconocimiento fuera y dentro de la comuna que es lo que todas desean; y las que comentaron que la solución serían las estrategias creen que es la más apropiada porque se incrementarían las ventas aplicando diferentes tipos de estrategias.

Como resultado de su FODA se pudo obtener que para 19 de las 20 socias que asistieron al día que se convocó para aquel punto mencionaron que sus fortalezas son mano de obra disponible debido a que hay mujeres que se dedican a la elaboración de los productos, habilidades y destrezas en las artesanías, producto de calidad y creatividad en la elaboración de los productos.

Como oportunidades las integrantes determinaron que poseen tres como son el apoyo de crédito financiero, la exportación de los productos, y la alianza con mercados ya posicionados.

Como debilidades para las socias se determinó que tienen un limitado vínculo con entidades de apoyo económico, además la deficiente organización entre las artesanías.

Y también el desconocimiento de tecnología que se puede utilizar para elaborar las artesanías con maquinarias que se encuentran en el mercado actual reduciendo el tiempo de elaboración de las carteras.

Y como amenazas las artesanías manifestaron que tienen dos que son: El desconocimiento de las actividades artesanales de la comuna y la competencia ya que hoy en día hay varias asociaciones que se dedican a elaborar este tipo de artesanía en todos los lugares de la provincia de Santa Elena.

Además hoy en día hay variedad de materiales fáciles de adquirir y además que se puede encontrar en el sector con que se puede desarrollar habilidades tanto para mujeres como para hombres.

Es así como se determinó en líneas antes mencionadas los resultados de la investigación acción participativa tanto para determinar los problemas, como para conocer sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (F.O.D.A) para las artesanías de la asociación tejidos San Vicente.

3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.

1. ¿Qué actividad realizó durante este fin de semana?

TABLA N°. 1 Actividad

Actividad realizada el fin de semana	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Ir de compras	3
Ir a pasear en familia	4
Ir de viajes	0
Otros	3
TOTAL	10

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto a la actividad que realizaron el fin de semana se indica que de los expertos manifestaron que salieron a pasear en familia, mientras que más de la mitad realizaron compras y diferentes actividades es así como se encontró los resultados de la pregunta.

2. ¿Cómo describe la situación del sector artesanal dentro de la provincia de Santa Elena?

TABLA N° 2 Situación sector artesanal

Situación del sector artesanal dentro de la provincia de Santa Elena.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Escasa organización	6
Falta de apoyo	4
Mas microempresarios	4
Existe informalidad	3
Otros	2
TOTAL	19

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

De los resultados que se pudo obtener es que la opinión de los expertos está dividida; algunos manifestaron que el sector artesanal se encuentra con escasa organización, mientras que cuatro de ellos contestaron que la falta de apoyo y que existen más microempresarios y para una cantidad mínima que existe informalidad, no existió el mismo criterio para los expertos.

3. ¿Cuáles son las principales artesanías que se elaboran dentro de la provincia de Santa Elena?

TABLA N° 3 Principales artesanías

Principales artesanías dentro de la provincia de Santa Elena.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Artesanías en paja toquilla	7
Artesanías en hilo	5
Artesanías en tagua	4
Artesanías en madera	1
TOTAL	17

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Los resultados obtenidos de los expertos en cuanto a las principales artesanías que se elaboran dentro de la provincia de Santa Elena es que las respuestas son de opción múltiples la mayor parte de ellos manifestaron las artesanías en paja toquilla, mientras que cinco de los expertos las artesanías en hilo, cuatro de ellos comentaron de las artesanías en tagua y para solo un experto las artesanías en madera.

En su opinión

4. ¿Qué aspectos deberían mejorar las artesanas en la provincia de Santa Elena?

TABLA N° 4 Aspectos

Aspectos deberían mejorar las artesanas de la provincia de Santa Elena.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Atención al cliente	8
Forma de comercialización	4
Calidad de los productos	2
Modelos de artesanías	1
TOTAL	15

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Los resultados que se pudo obtener con respecto a qué aspectos debería mejorar las artesanas en la provincia de Santa Elena la mayoría de ellos responden que es la atención al cliente lo que se debería perfeccionar.

También comentaron que debería ser la forma de comercialización, y pocas respuestas tuvieron la opción sobre mejorar es la calidad de los productos que se ofrece y los modelos de sus artesanías.

5. ¿Qué conoce Ud. sobre las artesanías que se elaboran dentro de la comuna San Vicente?

TABLA N° 5 Conocimiento de artesanías

Conocimiento sobre las artesanías que elaboran dentro de la comuna San Vicente.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Desconocimiento de las artesanías	10
TOTAL	10

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

De acuerdo a los resultados se pudo obtener es que la totalidad de las personas entrevistadas desconocen de las artesanías que se elaboran dentro de la comuna San Vicente debido que tanto la comuna como las artesanías no son reconocidas a nivel local y nacional.

6. ¿Cómo evalúa Ud. el proceso de comercialización de las artesanías de la comuna San Vicente?

TABLA N° 6 Proceso de comercialización

Proceso de comercialización de las artesanías de la comuna San Vicente.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Poco eficiente	10
TOTAL	10

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

De acuerdo a los resultados que se pudo obtener con los expertos en relación a como evalúan el proceso de comercialización de las artesanías de la comuna San Vicente, todos los participantes manifestaron que el proceso que realizan es poco eficiente y esto ocasiona que sus productos no sean reconocidas.

7. ¿Cómo considera Ud. Que aportan las ventas de las artesanías al desarrollo de la comuna San Vicente?

TABLA N° 7 Aporte de las ventas

Aportación ventas de las artesanías al desarrollo de la comuna San Vicente	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Genera ingreso	5
Desarrollo económico	3
Sustento de las familias	2
TOTAL	10

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

De acuerdo a los resultados se pudo obtener que la mayoría de los expertos manifestaron que las ventas de las artesanías generan ingresos si cuentan con las estrategias necesarias para obtener ventas significativas.

Y varios de ellos ayudan al desarrollo económico y poco mencionaron que ayudan para el sustento de las familias de las artesanas.

8. ¿Qué estrategias recomendaría para aumentar las ventas las artesanías de la comuna San Vicente?

TABLA N° 8 Estrategias

Estrategias de marketing que recomendaría para aumentar las ventas.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Realizar ferias	7
Diseñar catálogos	5
Mejorar publicidad	3
Efectuar promociones	2
TOTAL	17

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Los resultados que se pudo obtener de los expertos que participaron en la entrevista con respecto a qué estrategias recomendaría para aumentar las ventas de las artesanías de la comuna San Vicente, es que la mayor parte están de acuerdo con realizar ferias donde den a conocer sus productos porque aún no son reconocidas.

Mientras que varios de ellos dijeron que podían diseñar catálogos, y en pocos comentaron que la estrategia seria mejorar publicidad y también la de efectuar diferentes promociones.

9. ¿Qué opina usted sobre la implementación de un plan de asociatividad como herramienta para el fortalecimiento de las ventas en las artesanas de la comuna San Vicente?

TABLA N° 9 Implementación

Opinión sobre la implementación de un plan de asociatividad para las artesanas de la comuna San Vicente.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Fomentar trabajo en equipo	4
Reconocimiento a nivel provincial	3
Establecer visión	3
Ayuda a la comunidad	1
TOTAL	11

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Los resultados que se pudo obtener a los expertos mediante la opinión que tiene sobre la implementación de un plan de asociatividad como herramienta para el fortalecimiento de las ventas en las artesanas de la comuna San Vicente es que algunos comentaron que ayudaría a fomentar el trabajo en equipo dentro de este grupo artesanal.

En partes iguales manifestaron que aportaría al reconocimiento de sus productos a nivel provincial , y que pueden establecer visión a través de implementación y apenas uno comento que ayudaría a la comunidad.

10. ¿Qué ventajas tendría la implementación de un plan de asociatividad en las artesanías de la comuna San Vicente?

TABLA N° 10 Ventajas

Ventajas y desventajas de la implementación de un plan de asociatividad.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Mejorar las ventas	5
Mejorar la productividad	3
Reconocimiento de los productos	2
TOTAL	10

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

La mitad de ellos manifestaron que la ventaja de la implementación sería que ayudaría a mejorar las ventas de sus productos, mientras que para las otras respuestas comentaron que podrían mejorar la productividad, y poco de los participantes mediante el plan aportarían al reconocimiento de los productos fuera de la comunidad.

TABLA N° 11 Desventajas

Ventajas y desventajas de la implementación de un plan de asociatividad.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Falta de capital	3
Adaptación de las personas	1
Sin respuestas	6
TOTAL	10

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

La desventaja sería la falta de capital y poco de ellos que sería una desventaja la adaptación de las personas. Y más de la mayoría no manifestó ninguna respuesta sobre la pregunta realizada.

11. ¿Cómo considera el trabajo en equipo dentro de una asociación?

TABLA N° 12 Trabajo en equipo

Trabajo en equipo dentro de una asociación.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Debe estar basada en valores	5
Tener buena comunicación	3
Existir compañerismo	2
Cooperación entre los socios	1
TOTAL	11

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

De acuerdo a la pregunta de cómo considera el trabajo en equipo dentro de una asociación la mitad de los expertos manifestaron que debe estar basada en valores, algunos de ellos comentaron que deben tener buena comunicación entre los socios, y que debe existir compañerismo y apenas un experto que debe existir la cooperación entre los integrantes ya que ayudaría a que se puedan cumplir con todos los objetivos que se trazaron al empezar un grupo asociativo, de esta manera están los criterios.

12. ¿A qué Institución cree Ud. Que le corresponde impulsar las artesanías en hilo que se elabora en la comuna San Vicente?

TABLA N° 13 Institución correspondiente

Institución que le corresponde impulsar las artesanías en hilo que se elabora en la comuna San Vicente.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
MIPRO	7
MIIES	2
Gobiernos Autónomos Descentralizados	1
TOTAL	10

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Con respecto a la pregunta de qué Institución le corresponde impulsar las artesanías en hilo que se elabora en la comuna San Vicente la mayoría de los expertos manifestaron que es al Ministerio de Productividad el encargado de impulsar las artesanías, mientras que varios de los participantes comentaron que a el MIIES debería ser la institución encargada del desarrollo de las diversas artesanías y solo uno de ellos manifestó que los Gobiernos Autónomos Descentralizados son los responsables de promover dichos productos.

13. ¿Qué medios serían los más convenientes para realizar la publicidad de las artesanías?

TABLA N° 14 Medios

Medios para realizar la publicidad de las artesanías.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
TV	8
Radio	5
Hojas volantes	3
Páginas web	2
TOTAL	18

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

De acuerdo a los resultados obtenido mediante a que medios son los más convenientes que se debe utilizar para realizar publicidad de artesanías, la pregunta fue de opción de respuestas múltiples la mayoría comentaron que en el medio más adecuado sería la tv, mientras que 5 de ellos manifestaron que el medio seria la radio, para el resto de participantes serian útil las hojas volantes y así como las páginas web para dar a conocer los productos.

14. ¿Si Ud. estuviera al frente del Ministerio de Productividad, que acciones haría para posicionar las artesanías que se elabora en la comuna San Vicente?

TABLA N° 15 Acciones

Acciones haría para posicionar las artesanías que se elabora en la comuna San Vicente.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Capacitación a las artesananas	7
Crear programas de emprendimiento empresarial	2
Organizar ferias	1
TOTAL	10

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Los resultados que se pudieron obtener con respecto a la pregunta que si estuviera al frente del Ministerio de Productividad, que acciones haría para posicionar las artesanías que se elabora en la comuna San Vicente, es que la mayoría de los expertos manifestaron que brindarían capacitaciones a las artesananas, y 2 de ellos comentaron que crearían programas de emprendimiento empresarial y en poca cantidad manifestó que organizarían ferias para que se den a conocer los productos que se realiza.

15. ¿Qué recomendaciones daría usted a la asociación en cuanto a la comercialización, para mejorar su nivel de ventas?

TABLA N° 16 Recomendaciones

Recomendaciones para mejorar su nivel de ventas.	
ÍTEMS 1	FRECUENCIA
Realizar ferias	7
Brindar precios accesibles	5
Mejorar calidad	3
Ser organizados	2
TOTAL	17

Fuente: Expertos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Los resultados que se obtuvieron en la entrevista realizada a los expertos sobre que recomendaciones daría a la asociación en cuanto a la comercialización, para mejorar su nivel de ventas, la mayoría de los participantes manifestaron que sería conveniente realizar ferias para dar a conocer sus productos, mientras que 5 de ellos optaron que brinden precios accesibles para que sus artesanías puedan ser adquiridas, 3 participantes comentaron que debían mejorar la calidad para que puedan ser competitivos en el mercado, y 2 de ellos la recomendación que dieron es que deben ser organizados.

3.4. CONCLUSIONES.

Las conclusiones que se han podido determinar mediante la entrevista a los expertos son los que a continuación se detallan, de las preguntas realizadas se han elegido cinco que sobresalieron y van de acuerdo al tema de estudio:

1. Los factores que impiden el desarrollo de las artesanías dentro de la provincia de Santa Elena son la escasa organización, la falta de apoyo y que existe informalidad de parte los artesanos y es lo que ocasiona que no se puedan desarrollar adecuadamente.
2. Las principales artesanías que se elaboran dentro de la provincia son las artesanías en paja toquilla, las artesanías en hilo, las artesanías en tagua y las artesanías en madera que son las que ayudan al desarrollo de una comunidad y a mostrar las destrezas que poseen cada artesano al momento de elaborar sus productos.
3. Las artesanías que elaboran las mujeres de la comuna San Vicente no son reconocidas a nivel provincial debido a que no poseen un proceso de comercialización adecuado para ofrecer sus productos.
4. Las estrategias que ayudarían a incrementar las ventas serían realizar ferias, diseñar catálogos, mejorar publicidad y efectuar promociones de acuerdo a los productos que se elaboran dentro de esta comunidad.
5. Las ventajas que tendría la implementación de un plan asociatividad es que ayudaría a fomentar trabajo en equipo, establecer visión entre todas las integrantes y también ayudaría a la comunidad de las integrantes es decir en este caso sería la comuna San Vicente.

3.5. RECOMENDACIONES.

Las recomendaciones que se pudieron determinar mediante la opinión de los expertos son los que a continuación se detalla.

1. Que las artesanas mejoren la atención al cliente ya que es un punto primordial para que sus productos sean adquiridos y reconocidos por personas que valoren sus artesanías.
2. Que los encargados de los ministerios responsables de buscar artesanos dentro de la Provincia recorran todas las comunidades, ya que tanto la actividad como la comuna no es reconocida por personas de varias entidades.
3. Que se realice diferentes actividades por parte de los dirigentes de las comunas para que puedan dar a conocer los productos que elaboran dentro de cada sector.
4. Que se otorgue diferentes capacitaciones para las artesanas conozcan sobre las actividades y servicios que brindan las entidades y así poder gozar de los beneficios que ellos brindan.
5. Las artesanas realicen los tramites que se necesita para formar un grupo asociativo ya que poseen con las integrantes necesarias, y también tienen las ganas de salir adelante con las artesanías que ellas elaboran.

Además en la actualidad los grupos asociativos poseen beneficios que entidades otorgan.

3.6. Análisis de resultados de la encuesta

Edad artesanas- cliente.

TABLA N°. 17 Edad A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
18-24	4	20%	20%
25-34	8	40%	60%
35-44	5	25%	85%
45-60	3	15%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

TABLA N°. 18 Edad C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
18-24	25	11,0%	11%
25-34	100	43,9%	54,8%
35-44	65	28,5%	83,3%
45-60	38	16,7%	100,0%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población comunas San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 1 Edad A.

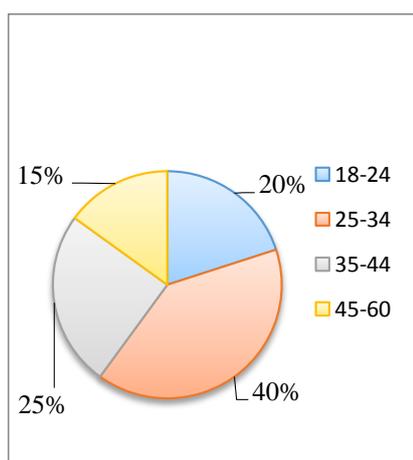
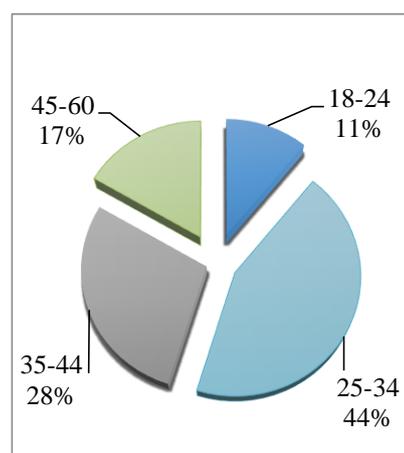


GRÁFICO N°. 2 Edad C.



En los resultados obtenidos en las encuestas realizadas se determinó que el existe igualdad de respuesta tanto como para las artesanas y la población el rango de edad que predomina en las encuestadas es entre los 25 a 34 años, seguido del rango de edad entre los 35 a 44 años.

En cambio el último lugar de las respuestas hubo debilidad en las opiniones ya que para las fue el rango de edad de 45 a 60 años para las artesanas en hilo de la comuna y para la población el de 18 a 24 años.

Estado civil artesanas- clientes

TABLA N°. 19 Estado civil A.
TABLA N°. 20 Estado civil C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Casada	2	20%	40%
Soltera	18	80%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Casada	166	73%	73%
Soltera	62	27%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 3 Estado civil A.

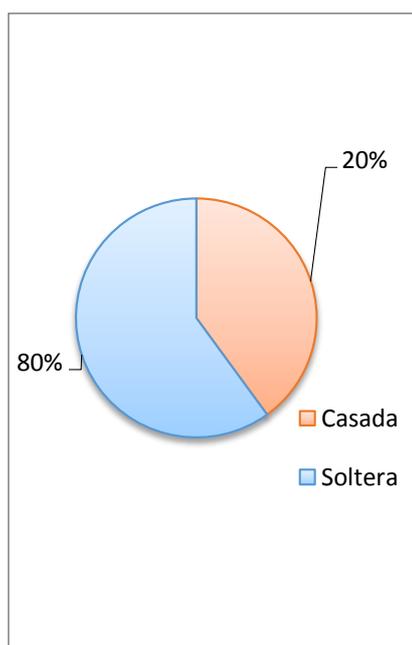
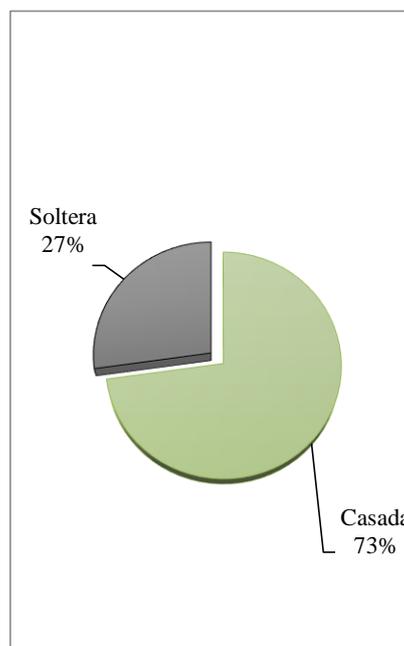


GRÁFICO N°. 4 Estado civil C.



Los resultados que se pudo obtener con respecto al estado civil de las encuestadas es que existe debilidad entre las opciones de ambas muestras, ya que para las artesanas su estado civil son solteras y para la población de la comuna son casadas..

Esto quiere decir que para un porcentaje significativo de las mujeres artesanas las ventas de las carteras de hilo sirven para el sustento de sus hogares y para las mujeres de la comuna son casadas.

Ocupación artesanas- clientes

TABLA N°. 21 Ocupación A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Ama de Casa	18	90%	90%
Trabajadora	1	5%	95%
Estudiante	1	5%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

TABLA N°. 22 Ocupación C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Ama Casa	203	89%	89%
Trabajadora	17	7%	96%
Estudiante	8	4%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 5 Ocupación A.

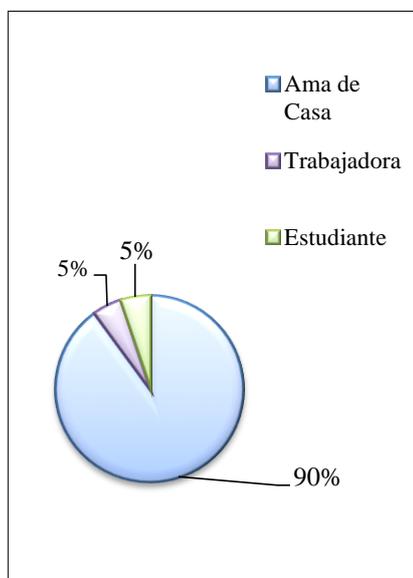
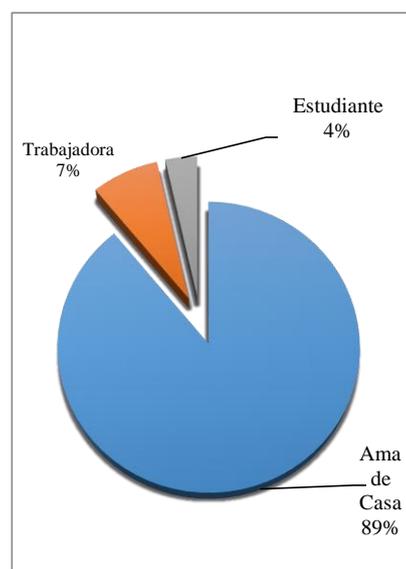


GRÁFICO N°. 6 Ocupación C.



Según los resultados de las encuestas se obtuvieron es que la ocupación de ambas muestras son amas de casas, mientras que en el segundo lugar son trabajadoras y para el tercer lugar las artesanas son trabajadoras y también para las mujeres de la comuna San Vicente.

Es decir que ambas muestran son ama de casa y para las artesanas en hilo de comuna es la fuente de ingreso las ventas de las artesanías que realizan para el sustento de sus familias, como para el diario de sus hijos en las escuelas o colegios y para el alimento de cada uno de ellos.

1. ¿Qué artesanías usted realiza? - ¿Cuáles de los siguientes productos ha adquirido alguna vez?

TABLA N°. 23 Tipo artesanía

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Carteras	19	95%	95%
Ropa de vestir	1	5%	100%
Bisutería	0	0%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

TABLA N°. 24 Preferencia

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Carteras	22	10%	10%
Ropa de vestir	144	63%	73%
Bisutería	62	27%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

GRÁFICO N°.7 Tipo artesanía

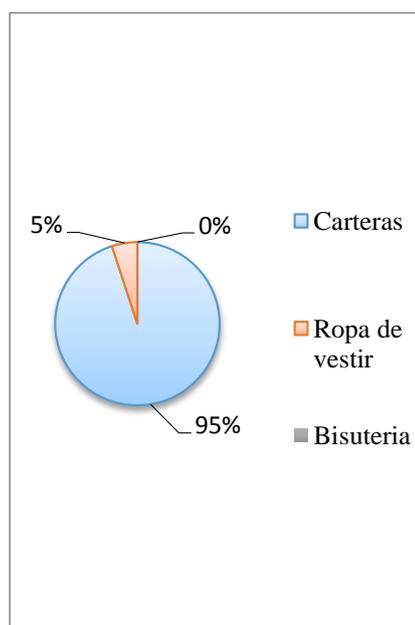
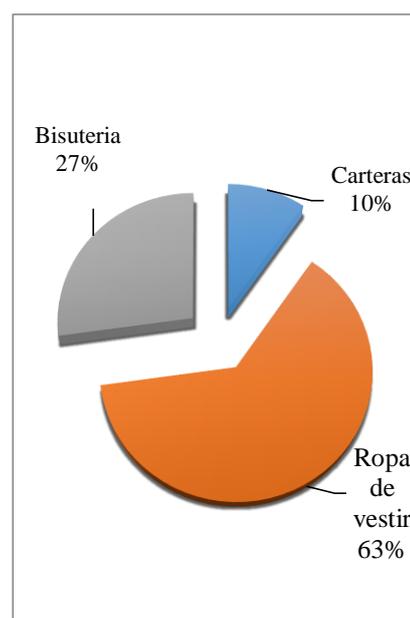


GRÁFICO N°. 8 Preferencia



Los resultados que se obtuvo en esta interrogante es que existe debilidad entre las opiniones de las encuestadas ya que las artesanas realizan carteras.

Y las clientas lo que han adquirido alguna vez es ropa de vestir y las carteras quedan en tercer lugar para la opinión de la población, ósea que la compra de las carteras en hilo no son tan aceptadas por la población de dicha comuna.

2. ¿Desde cuándo realiza este producto?

TABLA N°. 25 Tiempo

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Hace 1 año a 2 años	20	100%	100%
Hace 6 meses a 3 meses	0	0%	100%
Hace 2 meses a 1 mes	0	0%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 9 Tiempo



De acuerdo a los resultados que se pudo obtener con las artesanas en relación a desde que tiempo realiza el producto es que la totalidad de las encuestadas realizan desde hace 1 a 2 años las carteras.

Más adelante, capítulo siguiente se detalla cómo es que las artesanas empezaron a realizar las carteras en hilo y desde cuando desarrollaron la habilidad.

3. Cada cuántos días elabora sus productos? - ¿Con qué frecuencia adquiere las carteras?

TABLA N°. 26 Días

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No	Porcentaje	
1 a 7 días	5	25%	25%
8 a 15 días	3	15%	40%
16 a 30 días	8	40%	80%
31 a 59 días	2	10%	90%
60 días a más	2	10%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

TABLA N°. 27 Frecuencia

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
1 a 7 días	0	0%	0%
8 a 15 días	0	0%	0%
16 a 30 días	0	0%	0%
31 a 59 días	5	23%	23%
60 días a más	17	77%	100%
TOTAL	22	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 10 Días

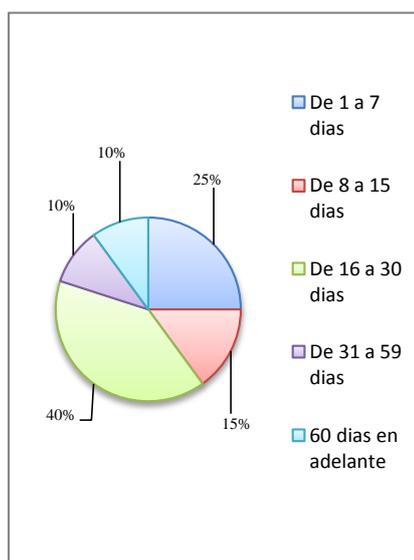
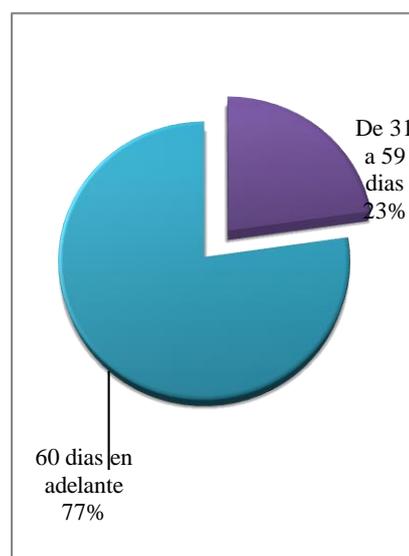


GRÁFICO N°. 11 Frecuencia



De acuerdo a los resultados en esta interrogante de la frecuencia de compra y días de elaboración de los productos, existe controversia en las respuestas debido a que la frecuencia de compra por parte de los clientes es cada 60 días y mientras que las artesanas realizan sus productos cada 16 a 30 días. Es decir que la rotación de las carteras es baja.

4. ¿En qué tamaños Ud. realiza ese producto? - ¿En qué tamaños adquiere las carteras?

TABLA N°. 28 Tamaño A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Grandes	2	10%	10%
Medianas	4	20%	30%
Pequeñas	14	70%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

TABLA N°. 29 Tamaño C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Grandes	4	18%	18%
Medianas	6	27%	45%
Pequeñas	12	55%	100%
TOTAL	22	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

GRÁFICO N°.12 Tamaño A.

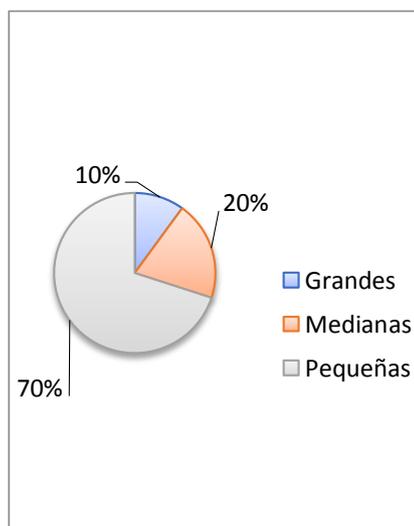
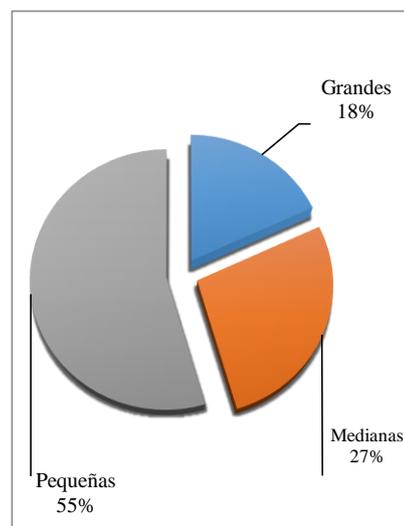


GRÁFICO N°. 13 Tamaño C.



Los resultados que se pudieron obtener es que la mayoría de las respuestas fue que el tamaño que adquieren las carteras son las pequeñas debido a que las artesanas también elaboran en mayor parte ese tipo de artesanía, para el último lugar son las carteras grandes para ambas muestras, no elaboran los productos de manera que se queden stock.

Es decir que los productos que más elaboran las artesanas, son los productos que las clientes adquieren, en conclusión las carteras en hilo de tamaño pequeñas son las que tienen mayor preferencia por parte de las clientes de la comuna.

5. ¿De qué manera usted vende el producto? - ¿De qué manera adquiere las carteras?

TABLA N°. 30 Venta

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Intermediario	2	10%	10%
Personalmente	18	90%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

TABLA N°.31 Compra

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Intermediario	2	9%	9%
Personalmente	20	91%	100%
TOTAL	22	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

GRÁFICO N°.14 Venta

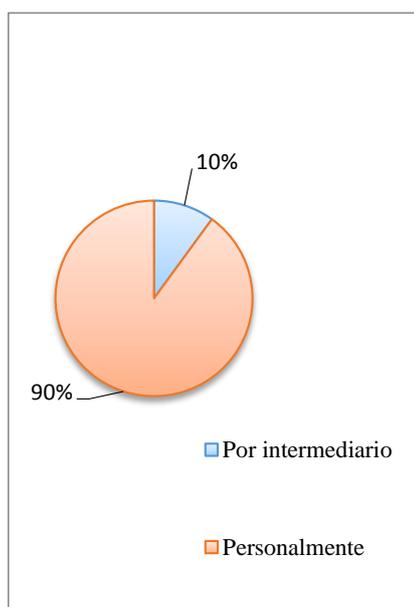
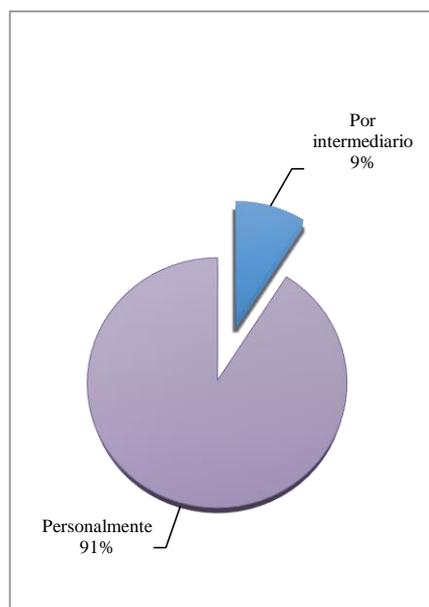


GRÁFICO N°.15 Compra



Hubo acuerdo en las respuestas obtenidas entre ambas poblaciones con respecto a la forma de vender y adquirir los productos son vendidos de manera personal para las artesanas.

Y para las clientes la manera de adquirir las carteras es de manera personal y fue el porcentaje con mayor peso, en cambio hubo una cantidad menor de la clientes manifestaron que era por medio de intermediarios.

6. ¿Qué valor cobra usted por el producto? - ¿Qué precio normalmente paga por una cartera?

Tabla N°. 32 Valor

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Hasta \$10	14	70%	70%
\$11 a \$15	4	20%	90%
\$16 a \$20	2	10%	100%
\$21 a \$50	0	0%	100%
\$51 más	0	0%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Tabla N°. 33 Precio

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Hasta \$10	12	55%	55%
\$11 a \$15	6	27%	82%
\$16 a \$20	4	18%	100%
\$21 a \$50	0	0%	100%
\$51 más	0	0%	100%
TOTAL	22	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Gráfico N° 16 Valor

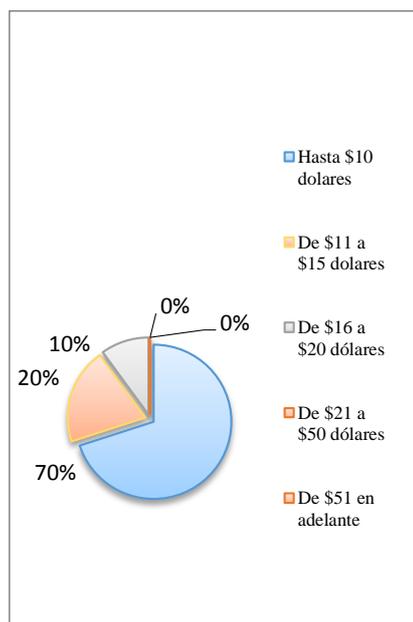
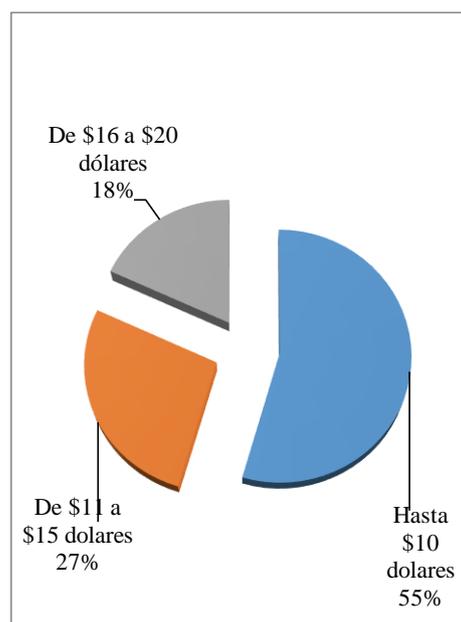


Gráfico N° 17 Precio



En esta interrogante se puede observar que se cobra y se cancela el mismo valor por cada cartera de acuerdo a que tamaño las adquieren, debido a que para realizar las carteras no se utiliza la misma cantidad de materiales, para las carteras pequeñas es de \$10,00 dólares, medianas \$15,00 dólares y grandes \$20,00.

7. ¿Cómo considera que son los precios? ¿Cómo considera usted los actuales precios de las carteras?

TABLA N°. 34 Análisis A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Altos	1	5%	5%
Muy altos	2	10%	15%
Medios	10	50%	65%
Bajos	7	35%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°.35 Análisis C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Altos	1	5%	5%
Muy altos	0	0%	5%
Medios	19	86%	91%
Bajos	2	9%	100%
TOTAL	22	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 18 Análisis A.

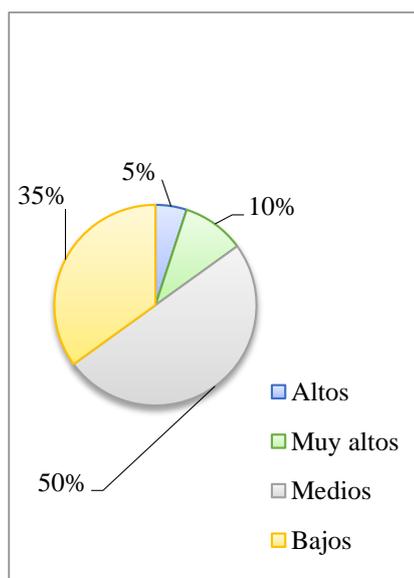
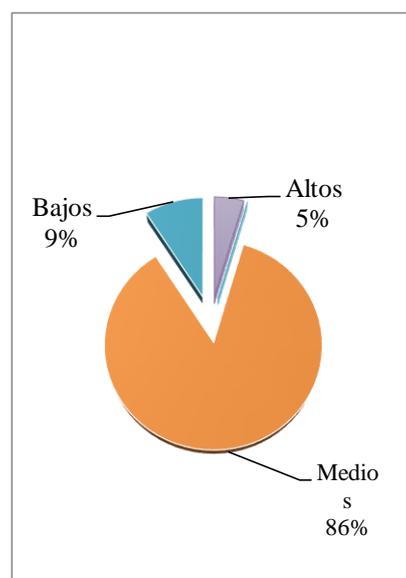


GRÁFICO N° 19 Análisis C.



En ambas muestras hubo igualdad de opiniones con respecto a esta interrogante las clientes manifestaron que los precios son medios, mientras que un porcentaje representativo de las artesanas y en una cantidad menor de las clientes comentaron que son bajos.

Y en un porcentaje bajo las artesanas considera que los precios son muy altos y las clientas que son altos.

8. ¿Según usted como considera la calidad de las carteras? - ¿Cómo considera usted que es la calidad de las carteras?

TABLA N°. 36 Calidad A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Muy buena	19	95%	95%
Buena	1	5%	100%
Regular	0	0%	100%
Mala	0	0%	100%
Muy mala	0	0%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 37 Calidad C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Muy buena	18	82%	82%
Buena	3	14%	95%
Regular	1	5%	100%
Mala	0	0%	100%
Muy mala	0	0%	100%
TOTAL	22	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 20 Calidad A.

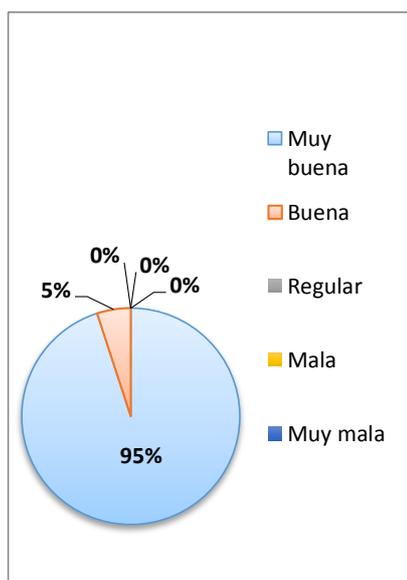
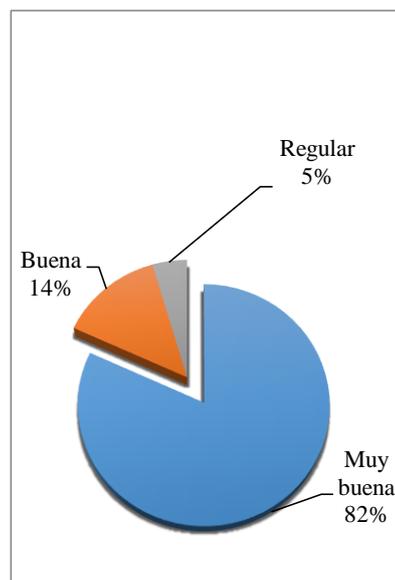


GRÁFICO N°. 20 Calidad C.



Con respecto a la pregunta sobre como considera la calidad de las carteras la mayor parte de las encuestadas manifestaron que la calidad es muy buena, en cambio para pocas de las artesanas y para parte menor de las clientes la calidad es buena. Esto nos comprobó que tanto para las artesanas como los clientes la calidad del producto es muy buena debido a los resultados obtenidos.

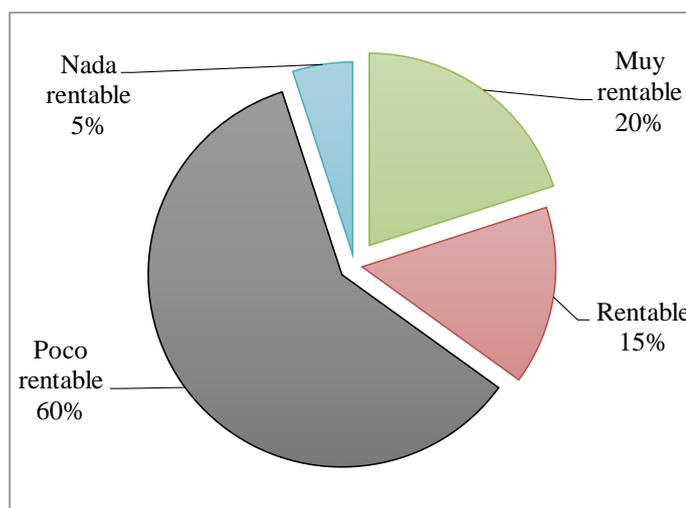
9. ¿Qué tan rentable es la comercialización de las artesanías?

TABLA No. 38 Rentabilidad

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Muy rentable	4	20%	20%
Rentable	3	15%	35%
Poco rentable	12	60%	95%
Nada rentable	1	5%	100%
TOTAL	20	95%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 22 Rentabilidad



Los resultados que se obtuvo en la encuesta realizada a las artesanas sobre qué tan rentables es la comercialización de las artesanías en un porcentaje alto manifestaron que es poco rentable debido a la forma que comercializan los productos, mientras que el porcentaje minoritario comentaron que es muy rentable.

Y una parte dijeron que es rentable y en un porcentaje menor de las encuestadas comentaron que es nada rentable, debido a que las ventas no son tan significativa como ellas esperan que sean.

**10. ¿Cómo considera Ud. qué se encuentra la organización de las asociaciones?
¿Cómo considera Ud. que se encuentra la organización de las asociaciones?**

TABLA N° 39 Organización A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No	Porcentaje	
Muy organizada	1	5%	5%
Poco organizada	16	80%	85%
Nada organizada	3	15%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N° 40 Organización C.

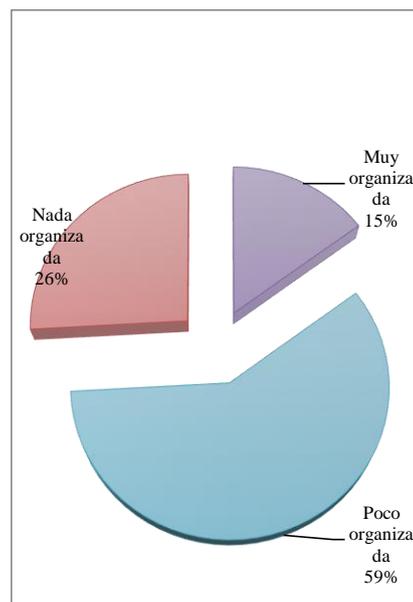
ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Muy organizada	34	15%	15%
Poco organizada	135	59%	74%
Nada organizada	59	26%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO No.23 Organización A.



GRÁFICO No.24 Organización C.



Los resultados que se pudieron obtener es que las organizaciones se encuentran poco organizadas, mientras que para algunas de ellas comentaron que están nada organizadas, en cambio para pocas de las artesanas y varias del total de las encuestadas dijeron las asociaciones se encuentran muy organizadas.

11. ¿Cómo considera el apoyo que reciben las artesanas? - ¿Cómo considera el apoyo que reciben las artesanas?

TABLA N°. 41 Apoyo A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Alto	0	0%	0%
Medio	2	10%	10%
Bajo	18	90%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 42 Apoyo C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Alto	22	10%	10%
Medio	91	40%	50%
Bajo	115	50%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 25 Apoyo A.

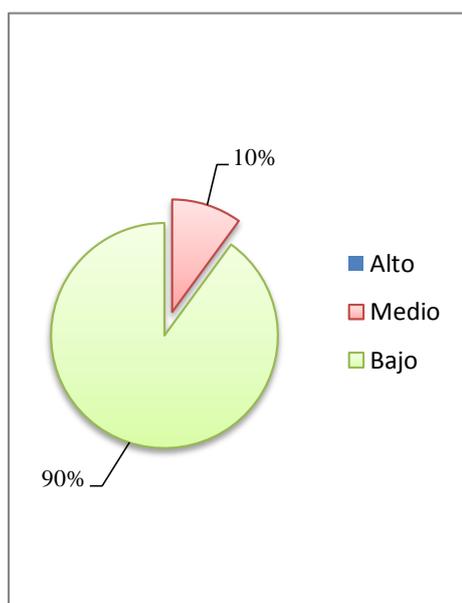
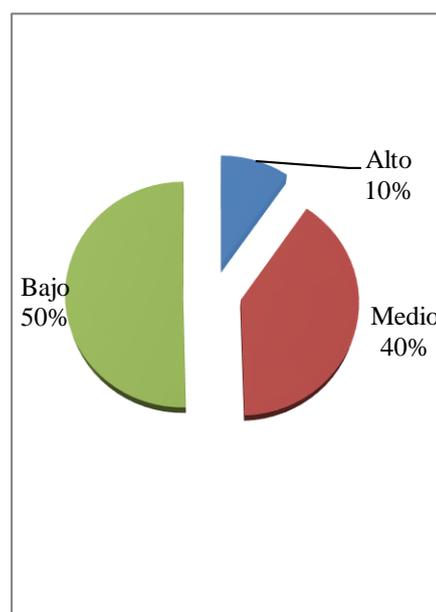


GRÁFICO N°. 26 Apoyo C.



Los resultados que se pudo obtener con relación a como considera el apoyo que reciben las artesanas es que la mayor parte de las encuestadas por parte de la población y las artesanas dijeron que el apoyo es bajo.

Tanto las artesanas como la población de San Vicente están de acuerdo que es bajo el apoyo que les brindan las instituciones para las artesanas en hilo de la población.

12. De las siguientes opciones cual considera el primer, segundo, tercer y cuarto lugar para las principales artesanías - De los siguientes materiales cual considera el primer, segundo, tercer y cuarto lugar para realizar artesanías.

TABLA N°. 43 Lugar A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Hilo	16	33%	33%
Paja toquilla	12	25%	58%
Madera	10	21%	79%
Tagua	10	21%	100%
TOTAL	48	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 44 Lugar C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Hilo	98	30%	30%
Paja Toquilla	89	27%	57%
Tagua	72	22%	79%
Madera	69	21%	100%
TOTAL	328	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 27 Lugar A.

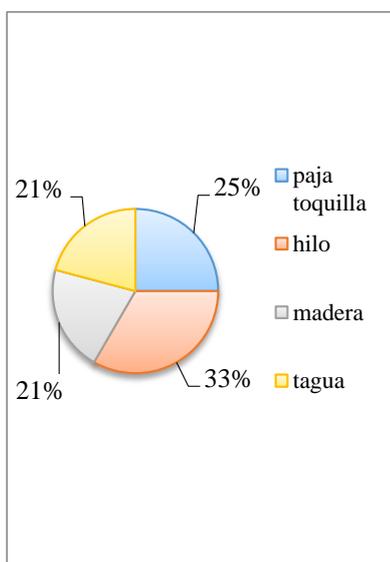
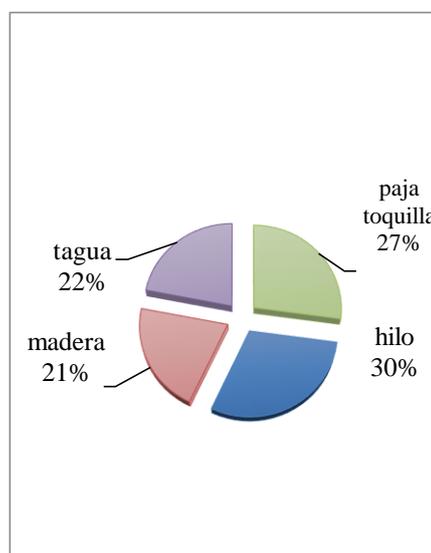


GRÁFICO N°. 28 Lugar C.



El primer lugar de los materiales con los que se puede realizar artesanías las artesanas consideran que sería el hilo en ambas muestras existe igualdad de opiniones ven el hilo como oportunidad de elaborar nuevos productos y ser ofrecidos dentro del mercado actual.

13. Según su criterio cual considera que es el primer lugar, segundo lugar, tercer lugar y cuarto lugar de los aspectos que deberían mejorar las artesanas.

TABLA N°. 45 Aspectos A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Forma de comercialización	14	34%	34%
Modelos de artesanías	10	24%	54%
Calidad de productos	9	22%	76%
Atención al cliente	8	20%	100%
TOTAL	41	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 46 Aspectos C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Forma de comercialización	115	31%	31%
Modelos de artesanías	98	27%	58%
Calidad de productos	84	23%	81%
Atención al cliente	72	20%	100%
TOTAL	369	100%	

Fuente: Población San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 29 Aspectos A.

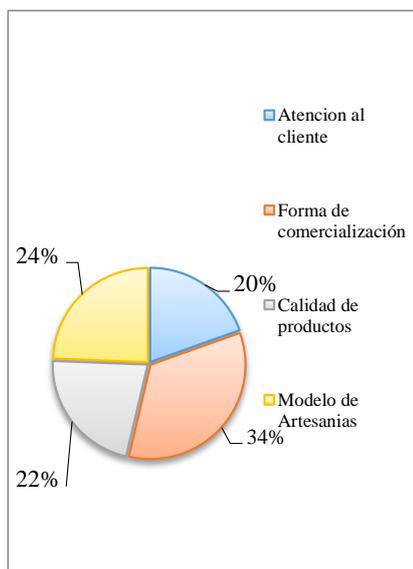
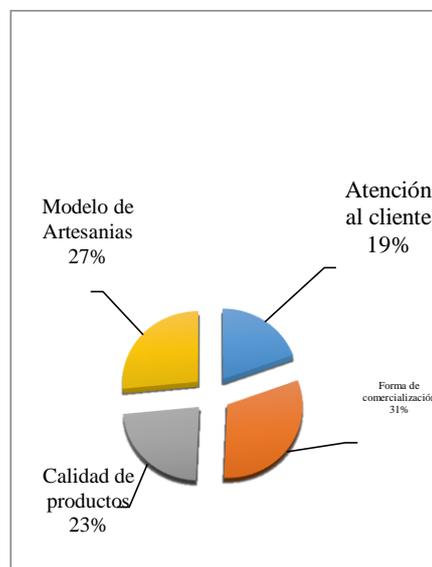


GRÁFICO N°. 30 Aspectos C.



Lo que deberían mejorar es la forma de comercialización ya que hubo porcentaje mayoritario por parte de las encuestadas, para el segundo lugar sería los modelos de las artesanías, para el tercer lugar sería la calidad y para último lugar para ambas poblaciones sería la atención al cliente.

14. ¿Qué tan eficiente cree usted que es la forma de comercialización?- ¿Qué tan eficiente es la comercialización de las carteras?

TABLA N°. 47 Forma A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Muy eficiente	1	5%	5%
Eficiente	1	5%	10%
Poco eficiente	5	25%	35%
Nada eficiente	13	65%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 48 Forma C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Muy eficiente	5	2%	2%
Eficiente	17	7%	10%
Poco eficiente	134	59%	68%
Nada eficiente	72	32%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO No. 31 Forma A

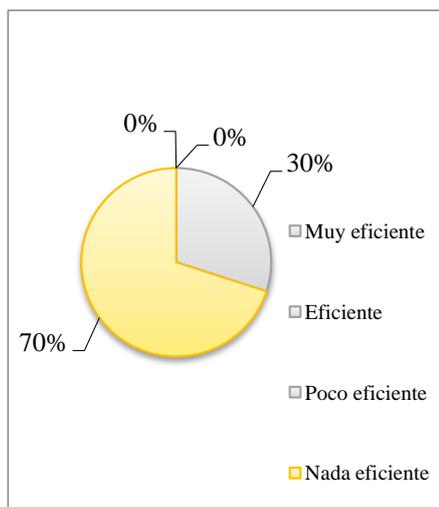
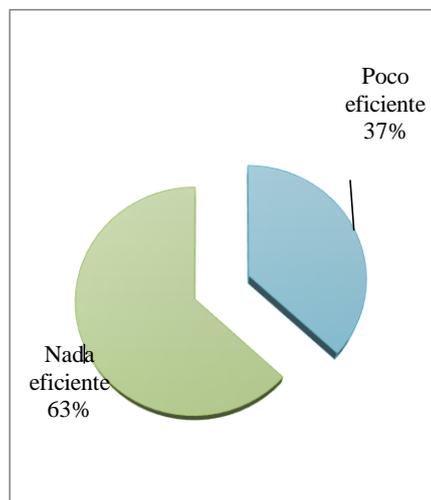


GRÁFICO No. 32 Forma C.



Los resultados que se pudo obtener con respecto a que tan eficiente es la forma de comercialización es que la mayoría de artesanas y de las habitantes de la comuna dijeron que son entre poco y nada eficiente, es así como consideran que es la forma de comercialización las carteras de hilo.

15. Qué tan reconocidas son las artesanías que usted elabora?- ¿Qué tan conocidas son las carteras en hilo?

TABLA N°. 49 Reconocimiento

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Muy reconocidas	2	10%	10%
Reconocidas	1	5%	15%
Poco reconocidas	6	30%	45%
Nada reconocidas	11	55%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 50 Reconocidas

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Muy reconocidas	5	2%	2%
Reconocidas	9	4%	6%
Poco reconocidas	16	7%	13%
Nada reconocidas	198	87%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 33 Reconocimiento

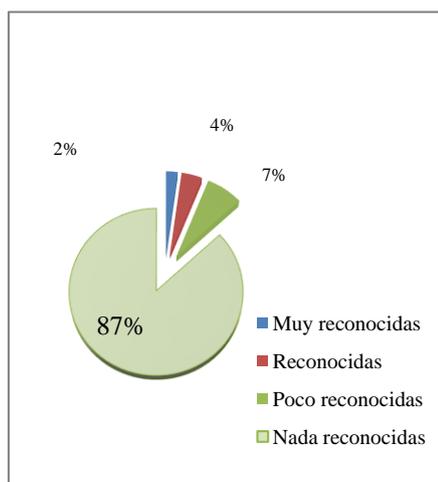
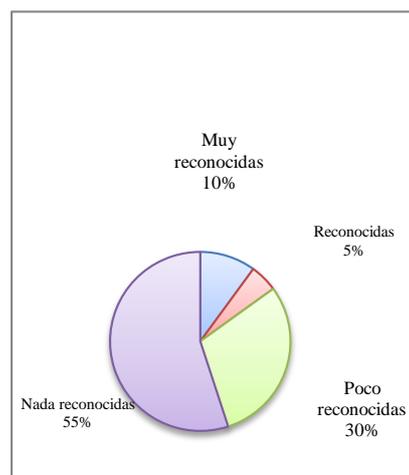


GRÁFICO N°. 34 Reconocidas



Los resultados que se pudo obtener en las encuestas es el en su gran mayoría de las artesanas y el también de la población manifestaron que las carteras están entre poco y nada reconocidas, para en un porcentaje menor de las artesanas y del total de la población son muy reconocidas.

16. ¿Qué tan de acuerdo estaría con la implementación de un plan de asociatividad dentro de la Asociación Tejidos San Vicente?

TABLA N° .51 Implementación A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Totalmente de Acuerdo	19	95%	95%
De Acuerdo	1	5%	5%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0%	100%
Desacuerdo	0	0%	100%
Totalmente Desacuerdo	0	0%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N° .52 Implementación C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Totalmente de Acuerdo	168	74%	74%
De Acuerdo	55	24%	98%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	3	1%	99%
Desacuerdo	2	1%	100%
Totalmente Desacuerdo	0	0%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N° 35 Implementación A.

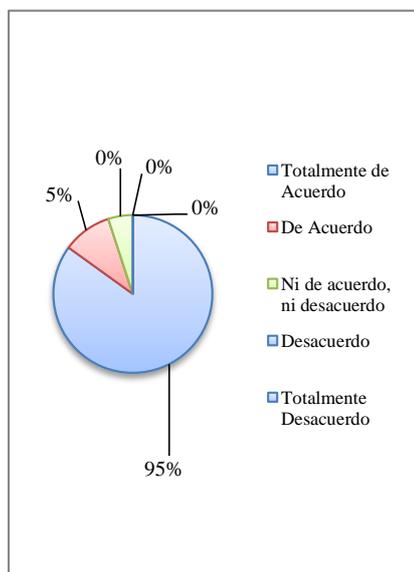
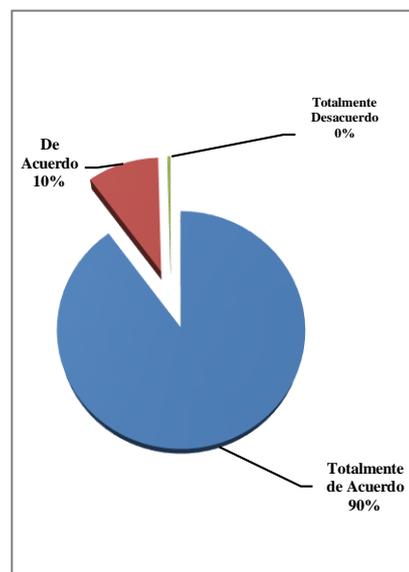


GRÁFICO N° .36 Implementación C.



Los resultados que se pudieron obtener es que casi el total de las artesanas y de las habitantes están totalmente de acuerdo y de acuerdo con la implementación del plan dentro de la comuna.

17. De las siguientes opciones cuál cree usted que es el primer lugar, segundo lugar, tercer lugar, cuarto lugar, quinto lugar y sexto lugar de los beneficios que puede considerar la implementación de un plan de asociatividad.

TABLA N°. 53 Beneficios A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Artesanas logran reconocimiento	10	26%	26%
Mejorar el nivel de ventas	8	21%	47%
Mejorar productividad	6	16%	63%
Aportan a la comunidad	5	13%	76%
Mejor el nivel organizacional	5	13%	89%
Fomentar trabajo en equipo	4	11%	100%
TOTAL	38	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 54 Beneficios C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Artesanas logran reconocimiento	90	23%	23%
Mejorar el nivel de ventas	84	22%	35%
Aportan a la comunidad	62	16%	51%
Mejorar productividad	59	15%	66%
Mejorar el nivel organizacional	46	12%	78%
Fomentar trabajo en equipo	48	12%	100%
TOTAL	389	100%	

Fuente: Población San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N° 37 Beneficios A.

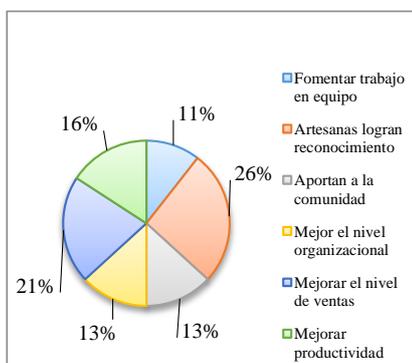
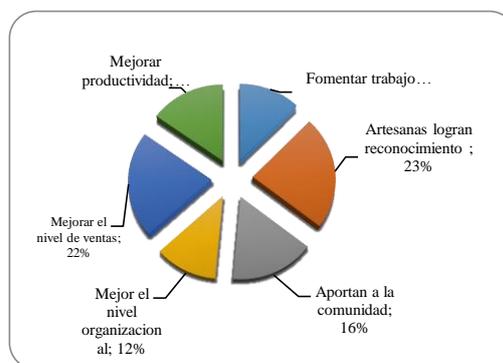


GRÁFICO N° 38 Beneficio C.



Los resultados que se pudieron es que para primer lugar las artesanas lograrían reconocimiento, para segundo lugar es que con el plan aportarían a mejorar el nivel de ventas las artesanas, para el tercer lugar las artesanas manifestaron que sería mejorar la productividad en cambio para la población seria aportan a la comunidad, es decir que ambas poblaciones lo que buscan es el aspecto externo y no lo interno debido a que para último lugar esta fomentar el trabajo en equipo.

18. Según su criterio cuál sería las principales desventajas del plan de asociatividad, en primer lugar, en segundo lugar y en tercer lugar.

TABLA N°. 55 Desventajas A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Falta de capital	12	40%	40%
Poca adaptación de las artesanas	8	27%	67%
Poco apoyo institucional	10	33%	100%
TOTAL	30	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 56 Desventajas C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Falta de capital	98	32%	32%
Poca adaptación de las artesanas	89	29%	62%
Poco apoyo institucional	115	38%	100%
TOTAL	302	100%	

Fuente: Población San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N°. 39 Desventajas A

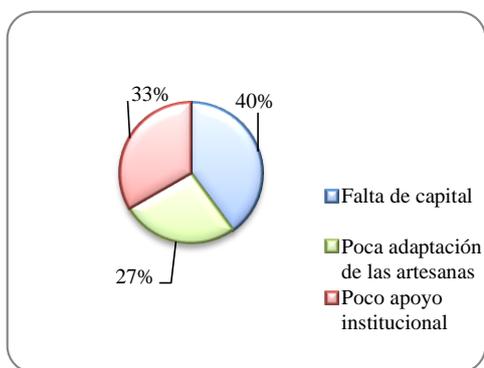
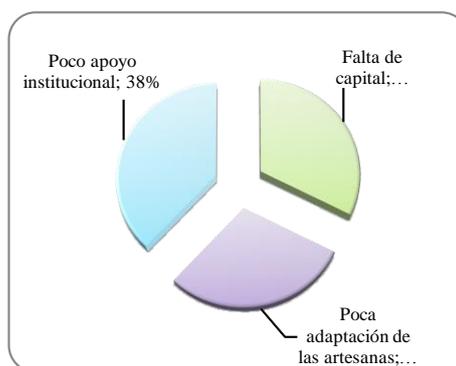


GRÁFICO N°. 40 Desventajas C.



En los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en la interrogante ¿cuál sería las principales desventajas del plan de asociatividad, en primer lugar, en segundo lugar y en tercer lugar? se determinó la desventaja que tendría para las artesanas sería la falta de capital en cambio para las habitantes sería el poco apoyo institucional, para el segundo lugar las artesanas consideran que sería el poco apoyo institucional y para las habitantes sería la falta de capital, y para el tercer lugar la desventaja sería poca adaptación de las artesanas para ambas muestras.

19. ¿Cuál de las siguientes instituciones cree Ud. que debería impulsar las artesanías que se elaboran dentro de la provincia?

TABÑA N°. 57 Institución A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
MIES	13	65%	65%
MIPRO	4	20%	85%
UPSE	2	10%	95%
Empresas privadas	1	5%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 58 Institución C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
MIES	132	58%	58%
MIPRO	82	36%	94%
UPSE	13	6%	100%
Empresas privadas	1	0%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N° 41 Institución A.

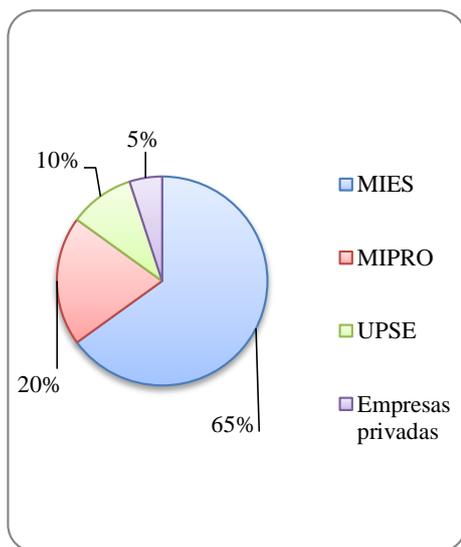
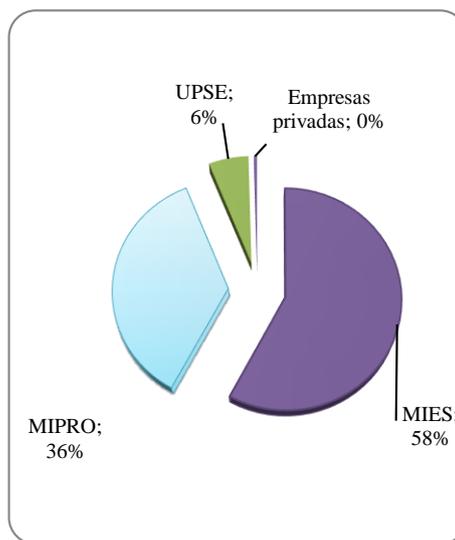


GRÁFICO N° 42 Institución C.



Se pudo obtener que existe igualdad en las opiniones de las encuestadas debido a que consideran que sería el MIES, mientras que para algunas de ellas creen que sería el MIPRO, para unas artesanas y para la población sería la UPSE, y para un porcentaje bajo de las artesanas serían empresas privadas.

20. Cuál de las siguientes acciones recomendaría para posicionar las artesanías? - ¿Cuál de las siguientes acciones recomendaría para posicionar las carteras en hilo?

TABLA N°.59 Recomendación

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Capacitación a las artesanas	11	55%	55%
Crear programas de emprendimiento empresarial	2	10%	65%
Organizar ferias	7	35%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 60 Acciones

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Capacitación a las artesanas	136	60%	60%
Crear programas de emprendimiento empresarial	5	2%	62%
Organizar Ferias	87	38%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N°.43 Recomendación

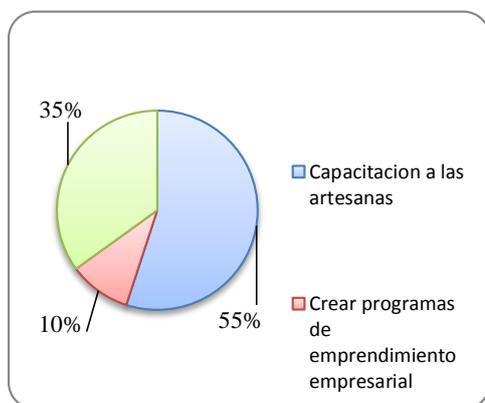
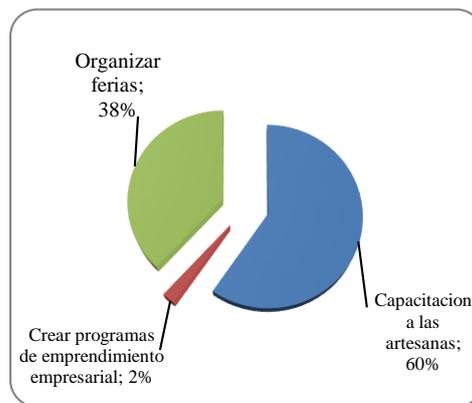


GRÁFICO N°. 44 Acciones



Con respecto a la pregunta sobre qué acción recomendaría para posicionar las carteras en hilo ambas muestras comentaron que sería la capacitación a artesanas debido a que están de acuerdo con la misma acción, en cambio para un grupo de las artesanas y para la población manifestaron que sería la organización de ferias y la acción de crear programas de emprendimiento empresarial tuvo el último lugar.

21. ¿A través de qué medios podría anunciarse este producto para que tenga mayor reconocimiento?

TABLA N°. 61 Medios A.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
Tv	9	45%	45%
Radio	5	25%	70%
Hojas volantes	3	15%	85%
Redes sociales	2	10%	95%
Páginas web	1	5%	100%
Otros	0	0%	100%
TOTAL	20	100%	

Fuente: Asociación tejidos San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

TABLA N°. 62 Medios C.

ÍTEMS	RESPUESTAS		Porcentaje acumulado
	No.	Porcentaje	
TV	100	44%	44%
Radio	48	21%	65%
Hojas volantes	62	27%	92%
Redes sociales	10	4%	96%
Páginas web	8	4%	100%
Otros	0	0%	100%
TOTAL	228	100%	

Fuente: Población comuna San Vicente
Elaborado por: Jessica Flores Reyes

GRÁFICO N° 45 Medios A.

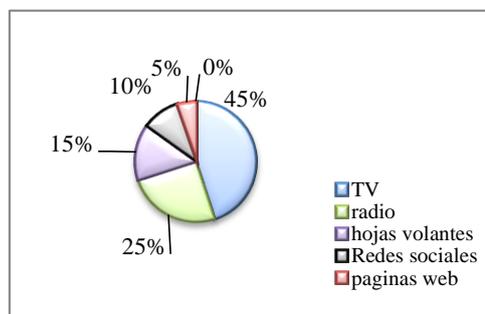
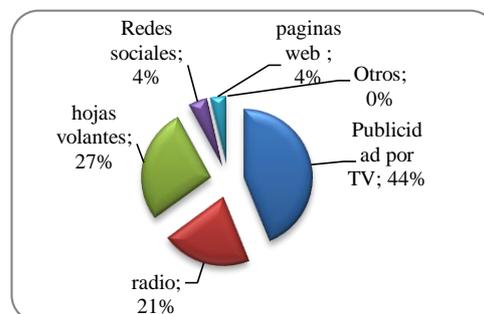


GRÁFICO N°. 46 Medios C.



De acuerdo a los resultados obtenidos mediante a que medios podrían anunciarse el producto para que tenga mayor reconocimiento es que tanto las artesanas como la población estuvieron de acuerdo con la publicidad por tv.

Mientras que algunas de las artesanas y las habitantes comentaron que sería la publicidad por radio y otras de las mujeres y las artesanas de la comuna manifestaron que sería la publicidad a través de hojas volantes, y las demás después tuvieron un mínimo porcentaje de respuestas como a través de las redes sociales y también sería por páginas web.

3.7. CONCLUSIONES.

✚ De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta se determinó que actualmente las artesanas aplican estrategia de comercialización vendiendo los productos de forma directa y por medios de intermediarios. El 90% de las artesanas venden sus productos y el 91% de las clientes de manera personal y el 10% de las artesanas.

A través de las encuestas se pudo determinar que las estrategias que pueden utilizar las artesanas para que sus carteras sean reconocidas es que el 35% de las artesanas y el 38% de las clientes están de acuerdo con organizar ferias, otra estrategia sería la capacitación a las artesanas los porcentajes son el 55% de las artesanas y el 60% por parte de la población de la comuna

✚ La frecuencia de compra de los productos de las clientes adquieren las carteras cada 60 días a más, en cambio algunas de ellas manifestó que compran de 31 a 59 días y la mayoría de las artesanas realizan los productos; es decir que el producto es masivo pero su rotación es baja.

✚ También se pudo concluir que el precio dependen del tamaño de las carteras, ya que la mayor parte de las encuestadas de las clientes cancelan y las artesanas cobran hasta \$10 dólares la de tamaño pequeño, mientras que el varias de las clientes y de las artesanas por las medianas están entre \$11 a \$15 dólares y en un porcentaje menor de las clientes y de las artesanas por las grandes de \$16 a \$20 dólares.

✚ Además con los resultados obtenidos de las encuestas se pudo concluir que el 60% de las artesanas consideran que la rentabilidad que deja las ventas de las carteras y el 20% manifestó que es poco rentable debido a la forma en que comercializan los productos hacen que ellas no cuenten con la rentabilidad deseada.

✚ La implementación de un plan de asociatividad dentro de la “Asociación Tejidos San Vicente” sería de gran ayuda para que las ventas de las carteras aumenten el 98% de la población y el 95% de las artesanas están totalmente de acuerdo con la propuesta.

3.8. RECOMENDACIONES.

Las recomendaciones que de acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas son las siguientes:

- ✚ Plantear estrategias de marketing que ayuden a mejorar la venta de los productos dentro y fuera de la comuna, ya que de esta manera ayudaría a los ingresos que recibe cada una de ellas por sus productos.
- ✚ Se recomienda que las artesanas pongan en práctica las estrategias de realizar ferias para que de esta manera den a conocer los productos y también considerar recibir capacitación de temas importantes para que puedan desarrollar sus actividades de manera eficiente.
- ✚ Se recomienda que las artesanas realicen carteras en tamaño grande debido a que hay población que están dispuesta a reconocer las habilidades que poseen cada una de ellas.
- ✚ Que las artesanas mejoren la forma en que comercializan sus productos para que puedan alcanzar las ganancias deseadas por cada una de las socias y que puedan ayudar con esos ingresos a sus familias, debido a que muchas son el sustento de sus hogares.
- ✚ Elaborar un plan de asociatividad para las artesanas en hilo de la comuna para que su actividad se fortalezca y por ende ayudar a mejorar las ventas incrementen y que de esta manera sean reconocidas dentro y fuera de la comuna.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS ARTESANAS EN HILO DE LA ASOCIACIÓN “TEJIDOS SAN VICENTE” DE LA COMUNA SAN VICENTE, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015.

4.2. PUNTOS BÁSICOS

4.2.1. Justificación

En los diferentes lugares del Ecuador hay gran variedad de materiales con los que hoy en día se pueden desarrollar diversidad de artesanías que cumplan con la calidad y creatividad de los productos que los clientes buscan y esto ayuda a las amas de casas.

Dentro de la provincia de Santa Elena se encuentra la comuna San Vicente donde la población no es tan extensa con personas que buscan como obtener dinero para el sustento de sus hogares, las actividades que se desarrollan son: la venta de víveres y las artesanías como son las carteras realizadas con el hilo que desarrollan las mujeres dentro de la comuna.

Siendo las artesanías una fuente de ingreso para las mujeres, es importante para ellas que se cree la asociatividad porque mejorarían las ventas, obtendrían el reconocimiento tanto dentro como fuera del sector.

Además se aportaría con temas que las artesanas desconocen y que serían de gran interés para que puedan ser aplicados de manera adecuada y obteniendo resultados favorables, además desarrollando estrategias para que sus trabajos puedan ser reconocidos dentro y fuera de la comuna.

4.2.2. Objetivos.

La asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente” tendrá como objetivo implementar la propuesta de asociatividad a través de la participación de todas las socias mediante estrategias que ayuden a mejorar las ventas y la comercialización de las artesanías.

4.2.3. Operatividad de la Propuesta.

La propuesta está compuesta por dos dominios que son la formalización y la comercialización a su vez cada dominio posee estrategias y estas un sistema de control de tal manera que se mida adecuadamente el cumplimiento de los resultados esperados. A continuación se puede detallar el cuadro de operatividad.

CUADRO N°3 Operatividad de la propuesta

Dominios	Estrategias	Componentes	Evidencias
Formalización	Plan de asociatividad	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución de responsabilidades • Trabajo en equipo • Objetivos comunes 	Requisitos formalización asociación Actas de trabajo
Marketing	Estrategias de marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Precio • Plaza • Promoción • Producto 	Encuestas
Control de estrategias	Control del cumplimiento de los objetivos comunes Control de trabajo en equipo Control de cumplimiento de responsabilidades Control de nivel de ventas		Informe lista de asistencia Informe sobre realización de tareas Informe de nivel de ventas

Fuente: Eco. William Caiche Rosales

Elaborado por: Jessica Flores Reyes

4.3. ADMINISTRACIÓN.

4.3.1. Planificación.

4.3.2. Recursos.

Para la implementación del plan de asociatividad entre los socios se apoya a los recursos que ayudaran a que la propuesta sea desarrollada de manera eficiente, a continuación se muestra los recursos utilizados:

✚ **Recursos Legales:** Las leyes que ayudaron a la propuesta fueron Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, Constitución de la República del Ecuador 2008, Ley de Economía Popular y Solidaria y también la Ley del artesano.

✚ **Recursos Humanos:** Son las socias de la Asociación “Tejidos San Vicente” debido a su gran habilidad que posee cada una de las socias para elaborar las carteras en hilo

✚ **Recursos Físicos:** Terreno en la comuna San Vicente para la realización de la sede de la asociación ya que ellas no cuentan con el lugar donde realizar las reuniones.

4.3.3. Metodología de implementación.

Para la implementación se procede a realizar cada una de los siguientes pasos para que la propuesta de asociatividad sea conformada de manera correcta. En este caso se empezara por realizar los trámites para obtener el RUC debido a que la asociación no cuenta con este requisito y de ahí se procede a realizar los demás tramites como son: asamblea constitutiva, acta constitutiva, reserva de denominación y constitución de la asociación.

4.3.4. Modelo de asociatividad.

De acuerdo a la asociación Tejidos San Vicente se utilizara el tipo horizontal debido a que las artesanas están en la misma actividad productiva, es decir al tejido de carteras grandes, pequeñas, medianas para los productos mencionados se utiliza el hilo que es el material principal que se necesita para la elaboración de las artesanías. A continuación se presenta el modelo.

ESQUEMA N° 4 Modelo de asociatividad horizontal para la asociación “Tejidos San Vicente”



Fuente: Modelo de asociatividad horizontal
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.3.4.1. Estrategias de formalización.

4.3.4.1.1. Objetivo.

Obtener información sobre los requisitos que se necesitan para la formalización de la asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente” para que sepan cual es el procedimiento que se debe llevar a cabo y que de esta manera puedan tener su vida jurídica.

4.3.4.1.2. Capacitación para consolidar la asociatividad.

Se usaran dos capacitaciones para que de esta manera se pueda consolidar la asociación y a continuación se muestran cuales serán.

- ✚ Curso de Liderazgo y Resolución de Conflictos en la Empresa
- ✚ Curso Coaching y liderazgo

4.3.4.1.2.1. Modalidad del curso:

Para llevar a cabo el curso se dictara 8 clases de 3 hora cada uno en este tiempo se realizara la exposición de los temas correspondiente en cada fecha.

4.3.4.1.2.2. Dirigido a:

Las capacitaciones serán expuestas a todas las integrantes de la asociación, debido a que será útil obtener conocimientos sobre temas como resolución de conflictos dentro de la asociación y también de coaching y liderazgo.

4.3.4.1.2.3. Facilitador:

La persona idónea será la Lic. Mercy Reyes Villao ya que se necesita de los conocimientos necesarios en los temas a tratar

4.3.4.1.2.4. Políticas del programa:

- ✚ Las integrantes de la asociación deberán cumplir con el 100% de las asistencias de las capacitaciones.
- ✚ Al final del curso recibirán un certificado de participación.
- ✚ Se realizara una evaluación al final de cada curso para determinar el grado de aceptación que ha tenido el modulo.

4.3.4.1.2.5. Capacitación N° 1: liderazgo y resolución de conflictos en la empresa.

Tener conocimiento sobre cómo resolver problemas dentro de la organización, como reaccionar y como saber llevar las diferentes situaciones que se presenten.

4.3.4.1.2.5.1. Objetivo.

Desarrollar conocimientos y aptitudes profesionales para mejorar laboralmente.

4.3.4.1.2.5.2. Contenido:

Los contenidos que tendrá la primera capacitación son importantes porque ayudara a resolver conflictos que se presenten dentro de la asociación, cada uno de los contenidos a tratar.

En total son cuatro temas dentro de esta capacitación: El estrés, la ansiedad y las habilidades sociales, liderazgo y motivación, gestión de conflictos y afrontamiento de los conflictos. A continuación se presentan cada contenido.

Tema 1. El estrés, la ansiedad y las habilidades sociales

-  Definición de estrés.
-  La ansiedad.
-  Las habilidades sociales.
-  Tipos de estrés.
-  Estrés por las relaciones interpersonales.

Tema 2. Liderazgo y motivación

-  Introducción.

- ✚ Concepto de liderazgo.
- ✚ Perfil del líder.
- ✚ Estilos de liderazgo.
- ✚ Empowerment.
- ✚ Motivación y comportamiento.
- ✚ Teorías de la motivación.
- ✚ La satisfacción en el trabajo.
- ✚ Técnicas de motivación.
- ✚ Gestión del clima laboral.

Tema 3. Gestión de conflictos

- ✚ Definición de conflicto.
- ✚ Fuentes de conflicto.
- ✚ Manejo del conflicto.
- ✚ Introducción a la resolución de conflictos.
- ✚ Métodos para la resolución de conflictos.
- ✚ Caso práctico sobre resolución de conflictos.

Tema 4. Afrontamiento de los conflictos

- ✚ Qué es un problema, qué es un conflicto.
- ✚ Conflictos de necesidades e intereses en la tarea.
- ✚ Los conflictos como oportunidad o como riesgo.
- ✚ Cómo y por qué aparecen los conflictos.
- ✚ Ganadores o perdedores.
- ✚ Por qué se fracasa en resolver conflictos.

Serán cuatro temas que se desarrollara en la capacitación número uno, son temas que ayudaran a saber cómo solucionar problemas que se presenten de manera imprevista.

4.3.4.1.2.5.3. Cronograma:

CUADRO No. 4 Cronograma capacitación N° 1

	Contenido	Lugar	Fecha
Tema 1	El estrés, la ansiedad y las habilidades sociales	Casa comunal	Abr-05
Tema 1	El estrés, la ansiedad y las habilidades sociales (II)		Abr-06
Tema 2	Liderazgo y motivación		Abr-12
Tema 2	Liderazgo y motivación (II parte)		Abr-13
Tema 3	Gestión de conflictos		Abr-19
Tema 3	Gestión de conflictos (II parte)		Abr-20
Tema 4	Afrontamiento de los conflictos		Abr-26
Tema 4	Afrontamiento de los conflictos (II parte)		Abr-27

Fuente: Cronograma capacitación N° 1

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.3.4.1.2.6. Capacitación N°2 coaching y liderazgo

El curso busca generar en las participantes una nueva manera de interpretar la realidad así como nuevas posibilidades de ser hacer en el ámbito profesional y personal. Como individuos, debemos “aprender a aprender” desde la humildad, asumiendo la responsabilidad por nuestras acciones.

Como organizaciones, es imperativa una actitud de apertura hacia el aprendizaje, ser autocríticos para avanzar con paso firme hacia la concreción de las metas.

4.3.4.1.2.6.1. Objetivo.

Introducir en las habilidades necesarias que exige todo proceso de coaching, conocerán los diferentes tipos de coaching y las diferencias entre coaching y otras disciplinas como psicoterapia, consultoría, y enseñanza. Comprenderán las similitudes y diferencias entre el Coaching y el Liderazgo. Conocerán el papel del coach y sus competencias.

4.3.4.1.2.6.2. Contenido.

Los contenidos que tendrá la segunda capacitación serán temas basados en el coaching se presentan cuatro sesiones cada una con todos los temas que conocerán, a continuación se detalla cada uno de los temas que se tratarán:

Sesión 1: Introducción al coaching.

- ✚ ¿Qué es coaching?
- ✚ Orígenes e historia del coaching.
- ✚ Los diferentes tipos de coaching.
- ✚ Las diferentes escuelas en coaching.
- ✚ Los mitos del coaching.

Sesión 2: La emoción y el cuerpo en el coaching

- ✚ Resolución de conflictos personales.
- ✚ Diferencia entre emoción y sentimiento.
- ✚ La emoción en el coaching.

Sesión 3: Coaching y liderazgo

- ✚ Semejanzas y diferencias entre el coaching y el liderazgo.
- ✚ Dimensiones, trabajos y “saberes” del líder.
- ✚ Cómo son los líderes-coaches en las organizaciones exitosas.
- ✚ Como generar poder dentro de los equipos: el coaching en la empresa.
- ✚ Coaching y el nuevo liderazgo transformacional.

Sesión 4: El proceso de coaching: coaching en acción

- ✚ El arte de la escucha y las preguntas adecuadas en coaching.
- ✚ La empatía.

- ✚ Importancia de la retroalimentación.
- ✚ El proceso de coaching: pasos de la conversación.
- ✚ Coaching personal y coaching en la empresa.

4.3.4.1.2.6.3. Cronograma:

CUADRO N°. 5 Cronograma capacitación N°2

	Contenido	Lugar	Fecha
Curso 1	Introducción al coaching	Casa comunal	May-02
	Introducción al coaching (II parte)		May-03
Curso 2	La emoción y el cuerpo en el coaching		May-09
	La emoción y el cuerpo en el coaching (II parte)		May-10
Curso 3	Coaching y liderazgo		May-16
	Coaching y liderazgo (II parte)		May-17
Curso 4	El proceso de coaching: coaching en acción		May-23
	El proceso de coaching: coaching en acción (II parte)		May-24

Fuente: Cronograma capacitación N° 2

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

1. Ruc - requisitos para la inscripción de sociedades del sector público

A continuación se detalla lo que necesita la asociación para poder obtener RUC:

Documentos

- ✚ Formularios RUC01-A, debidamente lleno y suscrito por el representante legal.
- ✚ Ruc01-B, se presentará únicamente cuando la sociedad posea establecimientos adicionales a la matriz y deberá ser suscrito por el representante legal que se encuentra en la página web <http://www.sri.gob.ec/web/10138/96>.

Identificación de la sociedad:

- ✚ Original y copia del registro oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o institución pública; u, original y copia de la Ley, Decreto, Ordenanza o Resolución que apruebe la creación de la institución, empresa pública o ente contable independiente o desconcentrado.
- ✚ Identificación del original y copia del documento o acto administrativo que lo acredite como representante legal, emitido por la máxima autoridad. Se podrá aceptar la acción de personal siempre y cuando se encuentre especificado que cumplirá con las funciones indicadas. representante legal:
- ✚ Ecuatorianos: Original de la cédula vigente y original del certificado de votación.

Ubicación o domicilio, se presentará cualquiera de los siguientes:

- ✚ Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión, y deberá estar a nombre de la institución o representante legal.
- ✚ En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- ✚ En caso de que se encuentre en trámite la adquisición del servicio básico, se aceptará el contrato suscrito con la empresa respectiva, si en ésta se especifica el nombre y la dirección.
- ✚ Original y copia del estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular. Debe constar a nombre de la Institución y corresponder a

uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión del documento.

- ✚ Original y copia de la factura del servicio de televisión pagada o de internet. Debe constar a nombre de la institución y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión de la factura. En caso de que se encuentre en trámite la adquisición del servicio, se aceptará el contrato suscrito con la empresa respectiva, si en ésta se especifica la dirección.
- ✚ Original y copia de cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: patentes, permiso anual de funcionamiento, informe de concesiones mineras y deben constar a nombre de la institución.

En el caso de permiso anual de funcionamiento, debe corresponder al año en que se realiza la inscripción o del inmediato anterior.

Para aquellos documentos cuyo plazo de vigencia no sea de un año, deben corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción, considerando la fecha de emisión del documento.

- ✚ Original y copia del contrato de arrendamiento (El contrato de arrendamiento puede estar o no vigente a la fecha de inscripción y deberá constar a nombre de la institución o representante legal)
- ✚ Original y copia de la contrato de concesión comercial o contrato en comodato, y deberá constar a nombre de la institución

Y será emitido por el administrador del centro comercial en hoja membretada, con sello e información completa.

- ✚ Original y copia de la escritura de compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión, y deberá constar a nombre de la institución.

- ✚ Original y copia de la certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado.

- ✚ Se presentará como requisito adicional una carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la institución o representante legal, para lo cual se deberá adjuntar copia de cualquiera de los siguientes documentos:

Planilla de servicios básicos, contrato de arrendamiento o factura por servicio de televisión pagada o internet, y adicionalmente se adjuntará la copia de cédula de identidad de la persona a nombre de quién se encuentra alguno de los documentos antes descritos. No aplica la carta de cesión para estados de cuenta bancaria, telefonía celular o tarjetas de crédito.

2. Asamblea constitutiva.

Para poder cumplir con los pasos que se necesitan para la conformación de una asociación sujeta a la ley se debe realizar una asamblea constitutiva donde los socios de forma voluntaria realizan una elección de la directiva provisional, la que estará cargo del grupo.

3. Acta constitutiva.

Este requisito deberá ser suscrito por un mínimo de diez asociados fundadores, que debe contener lo siguiente datos:

- ✚ 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; (Presidente, secretario)
- ✚ Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.

4. Reserva de denominación.

La reserva de denominación se deberá realizar un oficio dirigido al Superintendente de Economía popular y solidaria solicitando que los tramites se realicen en el IEPS de Santa Elena, adjuntando la solicitud de reserva de denominación donde se colocara tres nombres posibles para la asociación (Ver Anexo G) en caso de que el primer nombre ya conste se escogerá los que están a continuación, y también se adjuntara una copia de cedula de la presidenta. Después de un tiempo el encargado debe enviar un correo para continuar con los siguientes trámites que a continuación se detalla.

5. Constitución de la asociación.

Para la constitución de una compañía se debe realizar los siguientes pasos que brinda a la superintendencia de compañía en su página web o acercándose al centro de atención ciudadana donde están los mismos pasos a seguir. A continuación se detalla cuáles son los pasos a seguir:

1. Obtener la aprobación de la reserva del nombre o razón social de la empresa sea petición escrita o a través de la página web de la superintendencia de compañías.

2. Aperturar una cuenta de integración de capital de cualquier institución financiera de la ciudad, si el aporte es monetario.
3. Elevar a escritura pública la minuta de constitución de la empresa, en cualquier Notaria Publica.
4. Presentar (mínimo) tres testimonios certificados de escritura de constitución, con escrito firmado por un abogado, en los centros de atención al usuario CAU, (adjuntar copia de cedula de identidad y certificado de votación de las últimas elecciones, de quien suscribe el documento).
5. La superintendencia de compañías puede responder así:

Con oficio:

- ✚ Con la observación pertinente a la escritura
- ✚ Cuando por su objeto social deba obtener permisos previos tales como de la Agenda Nacional de Transito.

Se debe rectificar y/o ampliar cumplimiento con todas las observaciones realizadas y reingresar las escrituras para continuar con el proceso de constitución.

Con resolución:

Favorable: Cuando el tramite ha sido aprobado debe continuarse con la que dispone la Resolución Aprobatoria.

Desfavorable: Cuando el trámite ha sido denegado motivadamente.

6. Publicar el extracto de la escritura en un periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa, por un solo día. Además se recomienda adquirir tres ejemplares del mismo: uno para el registro mercantil, otro para la superintendencia de compañía y otro para la empresa).

7. Sentar razón notarial de la resolución de constitución en las escrituras, en la misma notaria donde reposa la matriz de la escritura constitución.
8. Debe inscribir la escritura en el registro mercantil.
9. Debe inscribir en el registro mercantil, el nombramiento de representante legal, para ello se presentara cinco ejemplares de nombramientos (originales) con la copias de las cédulas de ciudadanía y certificado de votación en las últimas elecciones de los aceptantes.
10. Ingresar a la intendencia de compañías la siguiente documentación:

- ✚ El formulario (01-A) con los datos requeridos.
- ✚ Un testimonio de escritura de constitución y la resolución debidamente inscritos en el registro mercantil.
- ✚ Un nombramiento de representante legal.
- ✚ Un ejemplar del diario en el cual conste la publicación del extracto.
- ✚ Cédula de ciudadanía, y certificado de votación en las últimas elecciones (copia).
- ✚ Plantilla de servicios básicos (luz, agua, teléfono) del representante legal de la compañía o de uno de los accionistas; si está a nombre de terceras personas traer la autorización de uso del espacio físico, y/o contrato de arriendo en el juzgado de inquilinato (copia).

11. Entrega en 48 horas de parte de superintendencia de compañías a los usuarios los siguientes documentos que se presentan a continuación cada uno de ellos:

- ✚ Formulario del RUC.
- ✚ Datos generales.
- ✚ Certificado de cumplimiento de obligaciones y existencia legal.
- ✚ Nómina de socios.
- ✚ Oficio al banco para liberación de fondos depositados en la cuenta de integración de capital.

12. Obtener el RUC y los demás documentos necesarios, adjuntando la patente municipal (escritura de constitución de la compañía y resolución de superintendencia de compañías en original y copia, copias de cedula de ciudadanía y certificado de votación en las ultimas elecciones del representante legal y dirección del establecimiento).

13. Documentos que debe presentar en la superintendencia de compañías para finalizar el trámite de constitución.

- ✚ Escritura con la respectiva resolución de la superintendencia de compañías inscrita en el registro mercantil.

- ✚ Un ejemplar del periódico (o copia certificada), en el cual se publicó el extracto de la escritura.

- ✚ Original de las copias certificadas de los nombramientos de representación legal y administradores inscritos en el registro mercantil.

- ✚ Copia legible de la cedula de ciudadanía o pasaporte del representante legal ya administrador de la compañía.

- ✚ Formulación del RUC (01-A) original, lleno y firmado por el representante legal.

- ✚ Copia simple de plantilla de agua, luz o teléfono del domicilio de la compañía.

14. La superintendencia de compañías después de registrar el acto jurídico, le entrega al usuario (en 24 horas).

- ✚ Formulario del RUC.

- ✚ Datos generales.

- ✚ Cumplimiento de obligaciones y existencia legal.

- ✚ Nómina de socios.

- ✚ Datos de constitución.

15. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas, para ello debe presentar.

- ✚ Formulario RUC 0101-A y 01-B, llenos, suscritos por el representante legal.

- ✚ Original y copia certificada de la escritura de constitución, inscrita en el registro mercantil.

- ✚ Original y copia o copia certificada del nombramiento de representante legal inscrito en el registro mercantil.

- ✚ Original y copia de la plantilla de agua, luz o teléfono del domicilio donde va a funcionar la compañía.

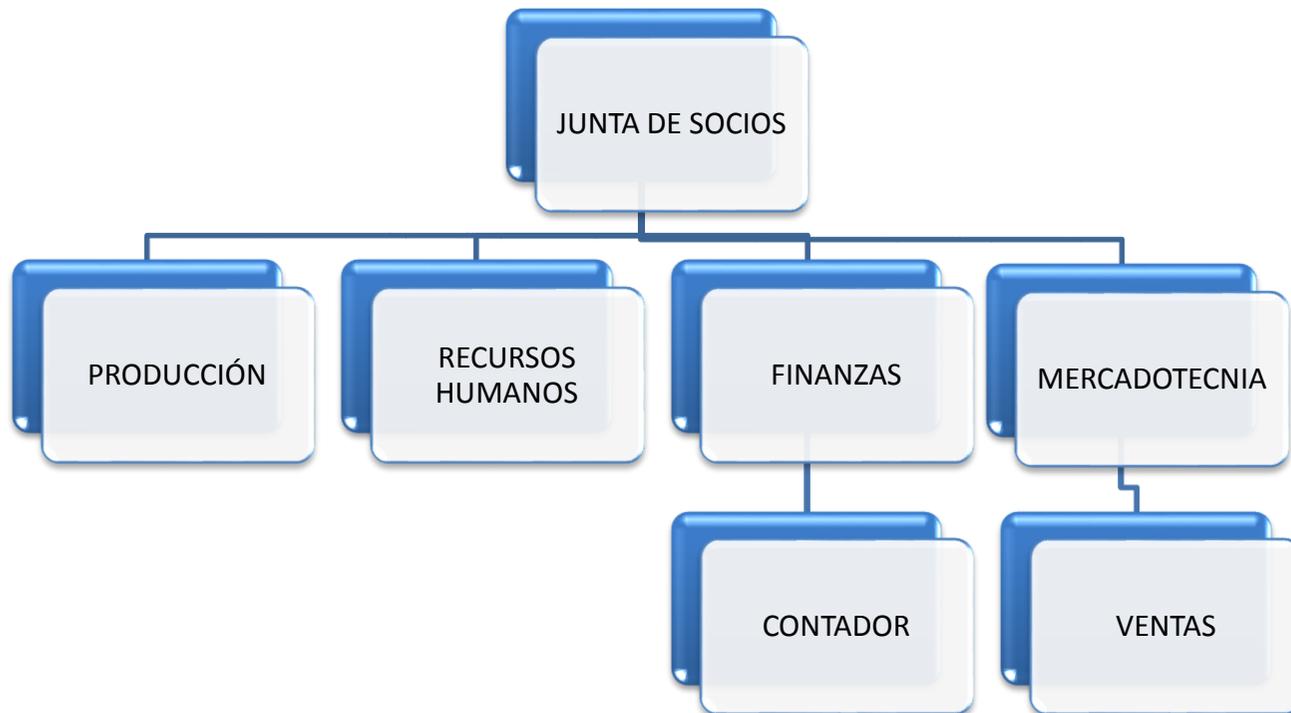
16. Al fin de obtener el oficio para la liberación de fondos de la cuenta de integración de capital, debe presentar en la superintendencia de compañías copia simple del RUC.

Todos los requisitos que se mencionaron en líneas anteriores son las que se necesitan para la conformación del grupo asociativo de manera correcta.

Cada uno de ellos es indispensables para que no se presenten ningún problema en el transcurso de duración de la asociatividad y se pueda conformar de manera correcta.

4.4. Fundamentos organizacionales

ESQUEMA N°5 Estructura organizacional para la Asociación ·Tejidos San Vicente·



Fuente: Estructura organizacional para la asociación Tejidos San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Tomando en cuenta las habilidades que posee cada socio para poder asignar el puesto adecuado se detalla las funciones que desempeñara cada uno de los integrantes de la asociación Tejidos San Vicente para poder cumplir con los objetivos propuestos.

Estará basado en cuatro departamentos que son: Administrativo, Financiero, Producción y Ventas que ayudara a cumplir con las tareas asignadas a cada departamento evitando errores que pueden ser ocasionados por no saber sus responsabilidades. De acuerdo a las tareas y a los departamentos se tomó como modelo el diseño organizacional por comité.

Junta de socios.

La junta de socios estará encargada de tomar decisiones importantes para la ejecución y gestión de la asociación. A continuación se detalla los perfiles que debe tener cada persona responsable del puesto asignado.

Perfil del presidente de la asociación tejidos San Vicente

Se encargara de tomar decisiones correctas para la asociación y para cada uno de los integrantes y solucionar problemas que presenten a diario su perfil será el que se presenta a continuación:

-  Debe tener edad entre 25 a 45 años.
-  Ser motivador.
-  Ser responsable.
-  Acostumbrado a trabajar en equipo.
-  Actitud de líder.
-  Tener don de mando.
-  Iniciativa propia.
-  Capacidad de toma de decisiones.

Funciones:

- ✚ Llevar control de cada una de las actividades de la asociación “Tejidos San Vicente”.
- ✚ Tomar decisiones correctas de la asociación “Tejidos San Vicente”.
- ✚ Mantener contacto con diferentes entidades para realizar proyectos que ayuden a la asociación “Tejidos San Vicente”.
- ✚ Realizar actividades que ayuden a mejorar las relaciones humanas.

Perfil del departamento de producción.

En este departamento se solicita y controla el material que se va a utilizar, se determina las secuencias de operaciones, las inspecciones y los métodos, se piden las herramientas, se asignan tiempos, se programa, se distribuye y se lleva el control del trabajo y se logra la satisfacción del cliente.

Funciones:

- ✚ Conocer las nuevas tendencias en el mercado para dar a conocer a las socias lo nuevo en el mercado.
- ✚ Buscar nuevas maquinarias que ayuden a optimizar tiempo y materia prima.
- ✚ Análisis y control de fabricación o manufactura.
- ✚ Planeación y distribución de instalaciones.
- ✚ Control de la producción y de los inventarios.
- ✚ Control de calidad.

Perfil del departamento de financiero

En este departamento se encargará de la administración de los recursos económicos de la asociación la persona encargada deberá tomar decisiones sobre la asignación de los recursos que posee la asociación a través de proyectos de inversión, con el objetivo económico de maximizar los beneficios.

Perfil del contador:

Sera una persona que será capaz de crear estrategias para cualquier problema que presenta la asociación, el encargado de este puesto será una de negocios.

- ✚ Edad de 25 a 35 años.
- ✚ Sexo indistinto.
- ✚ Estado civil: casado-a
- ✚ Estudios profesionales en contabilidad o carreras afines.
- ✚ Experiencia mínima de dos años.

Funciones:

- ✚ Lleva la contabilidad financiera y se encarga de emitir la información correspondiente.
- ✚ Manejar el proceso contable con que se integran las cuentas a su cargo y efectuar el seguimiento.
- ✚ Preparar y elaborar registros y documentos contables, reportes y estadísticas e informes de las cuentas asignadas.
- ✚ Validar el cumplimiento de los requisitos fiscales, contables y administrativos de acuerdo a las necesidades de la operación, las políticas y procedimientos de la asociación.
- ✚ Monitorear, conciliar cuentas, identificar variaciones anormales, investigar las variaciones, corregir y/o solicitar su corrección de las cuentas a su cargo.
- ✚ Elaborar los cálculos de impuestos y valuaciones de las cuentas manejadas.

Jefe de recursos humanos.

El jefe de recursos humanos será la persona encargada de poseer habilidades para motivar y desarrollar técnicas, humanas y conceptuales que le permitan dirigir a todas las integrantes de la asociación y no se presenten ningún inconveniente en la jornada de trabajo.

Funciones:

- ✚ Responsable por la planeación, organización, liderazgo y control de los recursos.
- ✚ Coordinar a las integrantes de la asociación.
- ✚ Resolver los conflictos.
- ✚ Motivar y supervisar a la fuerza laboral.

Jefe de mercadotecnia.

La persona que se encargara de este puesto será capaz de resolver problemas de marketing con base a las investigaciones además la planeación, ejecución y control de su trabajo y el de los demás miembros de la organización.

Jefe de depto. Ventas.

La persona encargada de las ventas ayudar a buscar estrategias de marketing que ayuden a aumentar las ventas de las artesanías de la asociación

PERFIL. Edad: de 25 a 35 años.

- ✚ Sexo indistinto.
- ✚ Estado civil casado.

Funciones:

- ✚ Se encargara de diseñar campañas publicitarias de acuerdo a los productos y situación de la empresa.
- ✚ Selecciona los mejores medios publicitarios para atraer a los clientes.
- ✚ Sugiere ideas de atención al cliente.

- ✚ Se encarga de mejorar continuamente el servicio que se ofrece, de manera que se satisfagan las necesidades de demanda.

4.4.1. Filosofía Empresarial.

4.4.1.1. Filosofía empresarial.

Brindar productos de calidad a través de la innovación de cada uno de nuestras artesanías, cumpliendo con las exigencias del mercado actual buscando el beneficio de cada una de las socias.

4.4.1.2. Misión.

Ofrecer artesanías que cumplan con las exigencias del mercado actual a través de la innovación de nuestros productos aportando al progreso de cada de las socias y el desarrollo de la comuna.

4.4.1.3. Visión.

Liderar el mercado de las artesanías en hilo mediante la innovación y calidad de los productos fortaleciendo la unión de sus socios, y ser competitivos en el mercado artesanal.

4.4.1.4. Valores corporativos

La asociación “Tejidos San Vicente” tendrá ocho valores que ayudaran al desarrollo correcto de sus actividades (Ver Anexo H) a continuación se muestra los valores y el significado de cada uno de ellos y porque deben cumplir dentro de la asociación:

- ✚ **RESPONSABILIDAD:** realizar las cosas de manera eficiente, de tal forma que nunca se perjudique a la asociación en ningún momento.

- ✚ PUNTUALIDAD: Disciplina de cumplir a tiempo los compromisos de la asociación.
- ✚ LEALTAD: Actuar con respeto, fidelidad, y sentido de pertenencia
- ✚ COOPERACION Y AYUDA MUTUA: Enmarcar el trabajo en equipo y plantear la importancia de la coordinación y el conocimiento de las actividades de nuestros asociados para brindar un servicio a la medida de sus necesidades.
- ✚ RESPETO: Actuar reconociendo los derechos y la dignidad de las personas
- ✚ HONESTIDAD: Actuar con la verdad, honradez y total transparencia. Buscar, aceptar y decir la verdad, respetando los derechos y bienes de las personas.
- ✚ EQUIDAD: Brindar bienestar a las personas de acuerdo a sus necesidades y capacidades.
- ✚ COMPROMISO: Surge de la convicción en torno a los beneficios que trae el desempeño responsable de las tareas. El compromiso permite pasar de las promesas a los hechos, generando resultados y beneficio. Asumir el reto permanente de atender los requerimientos internos y externos de manera oportuna y eficaz.

4.4.2. Formalización de la Asociatividad.

La asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente” se encuentra conformada por la siguiente directiva (Ver Anexo I), donde cumplen las funciones que le corresponde a cada una de ellas:

La directiva de la asociación consta de presidenta, vicepresidenta, secretaria, tesorera, vocales principales y vocales suplentes. En las siguientes líneas se detallan cada una de ellas.

Presidenta	Flerida Suárez Reyes
Vicepresidenta	Verónica Suárez Reyes
Secretaria	Elizabeth Suárez Suárez
Tesorera	Ángela Medina Reyes
VOCALES PRONCIPALES	
Primer vocal	Silvia Cochea Reyes
Segundo vocal	Roció Suárez Suárez
Tercer vocal	Lady Tomalá
VOCALES SUPLENTES	
Primer vocal	Vanessa Suárez Medina
Segundo vocal	Sonia Del Pezo
Tercer vocal	Elida Borbor Rodríguez

4.4.3. Fundamentos Estratégicos de la Propuesta

4.4.3.1. Análisis F.O.D.A de las artesanas en hilo “Tejidos San Vicente”

Se realizó el análisis (Ver Anexo J.), para poder conocer cuál es su FODA que posee cada integrante de la asociación y nos ayudara a desarrollar estrategias que puedan reducir aquellos factores que impiden el crecimiento de la asociatividad. Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que poseen las artesanas de la asociación son las siguientes donde se detalla cada una.

Fortalezas.

Las fortalezas que presentan las artesanas son las siguientes:

Mano de obra disponible.- Las artesanas poseen el tiempo necesario para elaborar cada una de las carteras es por eso que es una gran fortaleza que saben aprovechar.

Habilidades y destrezas en las artesanas.- A través de los conocimientos que han adquirido las artesanas al momento de elaborar sus carteras ponen en práctica todas sus habilidades y así demuestran la creatividad que posee cada una de ellas.

Producto de calidad.- Los productos que ofrecen las artesanas son elaborados con cuidado para que de esta manera puedan cumplir con las exigencias de las clientas y poder mantenerse en el mercado actual.

Oportunidades

Apoyo de crédito financiero.- Al poseer una asociación los beneficios que pueden obtener es el apoyo que brindan en la actualidad las entidades del sector público como privado y así poder mejorar varios aspectos de la asociación y también poder adquirir tecnología que hace falta.

Exportación de los productos.- Con la ayuda que brindan ahora las entidades para exportar las artesanías que se elaboran dentro del país, es de esta manera que las artesanas ven una oportunidad para que sus productos sean reconocidos en otros lugares.

Alianza con mercados posicionados.- Al no tener unas ventas significativas una oportunidad que las artesanas ven es que sus productos puedan ofrecerse a mercados que ya estén posicionados para que de esta manera sus ventas se incrementen.

Debilidades.

Las debilidades encontradas en las artesanas son:

Limitado vínculo con entidades de apoyo de económico-financiero.- Para las artesanas es una debilidad que no tenga contacto con las diferentes organizaciones que brindan créditos y capacitaciones para las diferentes asociaciones

Deficiente organización entre las mujeres.- Es una debilidad que poseen las socias el no tener una buena organización ya que cada quien realiza sus carteras y no están organizadas para poder tomar decisiones.

Desconocimientos tecnológicos.- La actividad es realizada manualmente, debido a que desconocen sobre las maquinarias que hoy en día existen para mejorar la productividad y ahorra tiempo a la elaboración de las carteras, ninguna de las socias tienen conocimientos sobre las tecnologías.

Amenazas

Desconocimiento de las actividades artesanal de la comuna.- Una gran amenaza es que la actividad no es conocida ni dentro ni fuera de ella es por ello que no existe tantas ventas y por eso el ingreso es muy débil.

Competencia.- Ahora existe diferente materiales con los que se puede realizar artesanías, el tejido se ha convertido en una actividad muy fuerte dentro del mercado es por ello que se consideró como una amenaza.

CUADRO N° 6 Matriz F.O.D.A

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Mano de obra disponible	Limitado vínculo con entidades de apoyo de económico-financiero
Habilidades y destrezas en las artesanías	Deficiente organización entre las mujeres
Producto de calidad	Desconocimientos tecnológicos
Creatividad en la elaboración de los productos	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Apoyo de crédito financiero	Desconocimiento de las actividades artesanal de la comuna
Exportación de los productos	Competencia
Alianza con mercados posicionados	

Fuente: Matriz FODA

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.4.3.2. Matriz de evaluación de factores internos

Para el análisis correspondiente en los factores internos (fortalezas y debilidades) se realizó los cálculos a cada uno de ellos, de acuerdo al peso y calificación que se le asigno teniendo como resultado para los factores externos 3,00 el total de los indicadores.

CUADRO N° 7 Matriz de evaluación de factores internos

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN (1-4)	PONDERACIÓN
Mano de obra disponible	0,15	4	0,60
Habilidades y destrezas en las artesanías	0,10	3	0,30
Producto de calidad	0,15	3	0,45
Variedades en la creatividad de los productos	0,10	3	0,30
DEBILIDADES	PESO	CALIFICACIÓN (1-4)	PONDERACIÓN
Limitado vínculos con entidades de apoyo de gestión financiero	0,10	3	0,30
Deficiente organización entre las mujeres	0,15	4	0,60
Desconocimiento tecnológicos	0,15	3	0,45
INDICADORES	0,90	23	3,00

Fuente: Matriz de evaluación de factores internos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.4.3.3. Matriz de evaluación de factores externos.

Para poder determinar correctamente que estrategia debemos utilizar, se analiza todos los factores externos que poseen la asociación “Tejidos San Vicente” colocando el peso y la ponderación correcta de acuerdo a los factores para conocer el total de los indicadores.

De acuerdo a los caculos realizados se pudo determinar que los factores externos poseen 3,45 con las calificaciones correspondientes.

CUADRO N° 8 Matriz de evaluación de factores externos

OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN (1-4)	PONDERACIÓN
Apoyo de crédito financiero	0,20	3	0,60
Exportación de los productos	0,25	4	1,00
Alianza con mercados posicionados	0,20	3	0,60
AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN (1-4)	PONDERACIÓN
Desconocimiento de las actividades artesanal de la comuna	0,20	4	0,80
Competencia	0,15	3	0,45
INDICADORES	1,00	17	3,45

Fuente: Matriz de evaluación de factores externos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.4.3.4. Matriz Estratégica FODA para la asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente”

CUADRO N° 9 Matriz estratégica F.O.D.A.

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS F1 Mano de obra calificada F2 Habilidades y destrezas en las artesanías F3 Producto de calidad F4 Variedades en la creatividad de los productos	DEBILIDADES D1 Limitado vínculos con entidades De Apoyo de gestión financiero D2 Deficiente organización entre las mujeres D3 Desconocimiento tecnológicos
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDADES O1 Apoyo de crédito financiero O2 Exportación de los productos O3 Alianza con mercados posicionados	FO(MAXI-MAXI) (F4-O2) Brindar capacitaciones sobre tema de exportación (F2-O1) Realizar un proyecto y presentar a entidades gubernamentales para el financiamiento	DO(MINI-MAXI) Las entidades financieras brinden capacitación sobre los créditos.
AMENAZAS A1 Desconocimiento de las actividades artesanal de la comuna A2 Competencia	FA (MAXI-MINI) (F2-A1) Creación de un plan asociativo para brindar los productos fuera de la comuna (F4-A1) Buscar entidades que ayuden a dar conocer sus productos	DA(MINI-MINI) (D2-A1) Crear capacitación constantes sobre relaciones humanas con las mujeres del sector (D3-A2) Creación de plan de capacitación sobre tecnología

Fuente: Matriz estratégica FODA
 Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.4.3.5. Matriz de competitividad

Teniendo como competencia dos asociaciones que se dedican a la misma actividad se tomó de la matriz dos 2 fortalezas, 2 amenazas y 1 oportunidad poniéndole la calificación correspondiente para las artesanas de San Vicente y las dos competencia que hemos realizado evaluar pudiendo analizar a la asociación tejidos San Vicente 3,00 debido a las habilidades que poseen y los productos de calidad que ofrecen, sin embargo las competencias están por debajo de ellas

CUADRO N° 10 Matriz de perfil competitivo

FCE: FACTORES CLAVES DE ÉXITO	Mujeres Artesanales San Vicente			El Valle de las Artesanías San Rafael		Artesanías Buenaventura La Libertad	
	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
F2 Habilidades y destrezas en las artesanías	0,30	4	1,20	3,5	1,05	3,5	1,05
F3 Producto de calidad	0,25	4	1,00	2	0,50	2	0,50
A1 Desconocimiento de las actividades artesanal de la comuna	0,10	3	0,30	3	0,30	1	0,10
A2 Competencia	0,15	2	0,30	2	0,30	2	0,30
O2 Exportación de los productos	0,20	1	0,20	1	0,20	1	0,20
			-		-		-
	1,00		3,00		2,35		2,15

Fuente: Matriz del perfil competitivo

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.4.3.6. Matriz Boston Consulting Group M.B.C.G.

ESQUEMA N° 6 Boston consulting group



Fuente: Boston Consulting group
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

La matriz BCG Boston Consulting Group es una herramienta muy útil que ayuda a identificar en que cuadrante se encuentran los productos. A continuación se detalla cada uno de los productos de la asociación Tejidos San Vicente y el cuadrante en que se encuentran, las carteras pequeñas de hilo se encuentran en el cuadrante estrella por su gran crecimiento y gran participación en el mercado.

En el cuadrante interrogante se ubica ropa hechas con hilo debido a su gran crecimiento y reducida participación en el mercado, en el cuadrante vaca esta carteras medianas por su bajo crecimiento y alta participación en el mercado y en el cuadrante perro están las carteras grandes porque no hay crecimiento y su participación dentro del mercado es baja.

4.5. LAS 5 FUERZA DE PORTER PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS EN HILO “TEJIDOS SAN VICENTE”

ESQUEMA N°7 Análisis de las 5 fuerzas de Porter



Fuente: Analisis de las 5 fuerzas de Porter
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Amenaza de los nuevos competidores.

Para las artesanas en hilo la amenaza de nuevos competidores es alta debido a que hoy en día existen cursos que enseñan a realizar estos productos como en la comuna San Rafael, y en el cantón La Libertad además siendo un factor en contra que las artesanas no son recocidas dentro y tampoco fuera de la comuna.

Poder de negociación clientes.

Las artesanías elaboradas a base de hilo es algo muy novedoso y atractivo ya que son elaboradas 100% artesanal brindando un producto de alta calidad y que son duraderos para las personas que utilizan.

Amenaza de productos sustitutos.

En la actualidad el sector artesanal se ha incrementado debido a que existen diferentes materiales con los que se puede realizar las carteras.

Considerando los productos sustitutos los bolsos de paja toquilla, entre otros elementos con los que se puede realizar no solo bolsos, sino también ropa de adultos y hasta de niños - as.

Poder de negociación de los proveedores.

La materia prima no es difícil de adquirirla ya que se encuentran en el mercado en cualquier época del año siendo bajos los costos de la materia prima debido a que no hay que pagar algún tipo de valor extra por la adquisición de la materia.

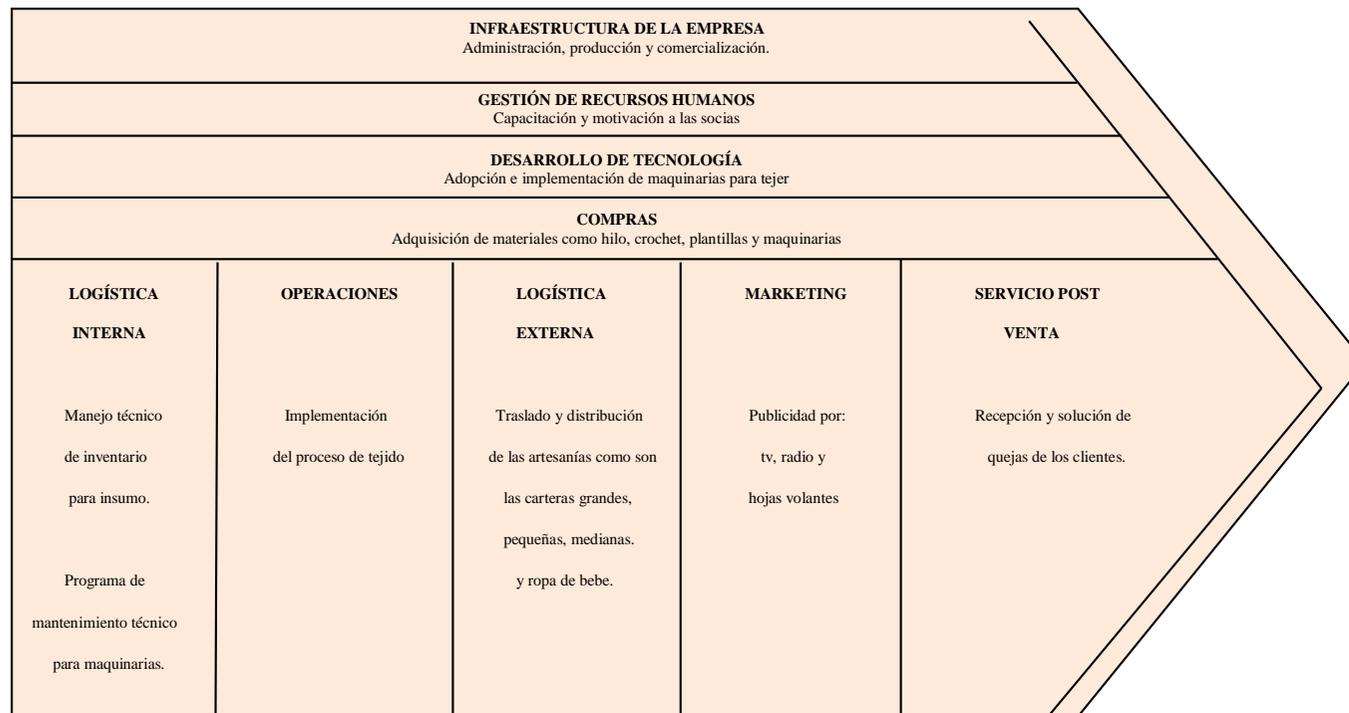
Además los materiales se pueden encontrar en el cantón de La Libertad en la parte céntrica de este sector tanto como el hilo, como el crochet, argollas y platillas que se necesitan para la elaboración de las carteras.

Rivalidad entre competidores.

Dentro de la comuna San Vicente no existe más asociaciones que se dediquen a elaborar este tipo de artesanías con el hilo, es por ello que no existe rivalidad de competidores dentro de la localidad. Pero en otros sectores de la provincia si existen grupos que realizan las mismas actividades.

4.5.1. Cadena de valor en la asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente”

ESQUEMA N°8 Cadena de valor de la asociación Tejidos San Vicente



Fuente: Cadena de valor de la asociación tejidos San Vicente

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.6. PLAN DE ACCIÓN

CUADRO N° 11 Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN PARA LA ASOCIACIÓN TEJIDOS SAN VICENTE							
PROBLEMA PRINCIPAL: Bajo nivel de comercialización de las carteras en hilo de las artesanas							
OBJETIVO GENERAL: Evaluar la incidencia de las estrategias asociativas de marketing en los niveles de rentabilidad en las ventas de las artesanías de hilo mediante el análisis situacional para la implementación de un plan asociativo en la “Asociación Tejidos San Vicente” de la comuna San Vicente provincia de Santa Elena Año 2015.							
FIN DEL PROYECTO: Elaborar un plan de asociatividad para las artesanas en hilo de la “Asociación Tejidos San Vicente”				INDICADORES: Base de datos artesanas de la comuna San Vicente Encuestas a artesanas en hilo de la comuna San Vicente Entrevistas expertos en el tema			
PROPOSITO DEL PROYECTO: Aumentar el nivel de ventas para que las artesanas aumenten sus ingresos y puedan mantener a sus familias				INDICADOR: Numero de artesanas en hilo			
OBJETIVOS	VARIABLES	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TAREAS	INDICADOR	CONTROL INDICADOR
Evaluar cómo influye un plan asociativo en la “Asociación Tejidos San Vicente” de la comuna San Vicente Provincia de Santa Elena.	FORMALIZACIÓN	Obtener información sobre los requisitos que se necesitan para la formalización de la asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente” y socializar con las artesanas para que puedan tener su vida jurídica.	Creación de un plan de asociatividad	Buscar la ayuda necesaria para la ejecución del plan de asociatividad	Visitar el IEPS para empezar los procedimientos de la formalización.	Aceptación de los requisitos de formalización	Opinión socias

Fuente: Plan de acción

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

OBJETIVOS	VARIABLES	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	TAREAS	INDICADOR	CONTROL DE INDICADOR
Identificar cuáles son las estrategias de marketing en la “Asociación Tejidos San Vicente” de la comuna San Vicente provincia de Santa Elena.	PRODUCTO	Elaborar nuevos productos hechos a base de hilo, incrementando las ventas de los productos de la asociación.	Diversificación del producto	Diseño de ropa de bebe	Aprender a realizar ropa de bebe tejida.	Nuevos productos elaborados	Primer trimestre capaz de elaborar nuevos diseños
				Elaborar variedad de modelos de las carteras de hilo.	Conocer nuevos modelos de carteras hechas con hilo.		
Determinar cuáles serían las estrategias de marketing que deben utilizar las artesanas de la asociación Tejidos San Vicente.	PRECIO	Ofrecer precios accesibles para las clientas coordinando lista de precios de acuerdo al mercado artesanal actual y realizar descuentos a clientes potenciales.	Diseño logo para las artesanías	Registrar la marca de los productos.	Socializar y escoger con todas las socias el logo distintivo para los productos.	Índice posicionamiento en el mercado	Encuestas
				Elaborar lista de precios.	Identificación de los precios de cada una de las artesanías.		
					Descuentos en ocasiones especiales	Establecer el descuento del 10% para los días de la madre, de la mujer, navidad y cumpleaños.	Rentabilidad

Fuente: Plan de acción

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

OBJETIVOS	VARIABLES	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	TAREAS	INDICADOR	CONTROL INDICADOR
Valorar cuales son los niveles de ventas de las artesanías de la asociación tejidos San Vicente.	PLAZA	Posicionar los productos elaborados por asociación de artesanías en hilo "TEJIDOS SAN VICENTE" dentro del mercado artesanal a través de la búsqueda y ejecución de estrategias ayudando el posicionamiento de los productos en la mente de los consumidores	Ingresar a mercados ya posicionados.	Realizar una investigación sobre los centros comerciales donde se puedan comercializar las artesanías.	Coordinar reuniones para exponer las artesanías con los administradores de los centros comerciales.	Ventas	Facturas de cada mes
			Realización de eventos.	Organizar ferias para dar a conocer los productos realizados por las artesanías	Realizar cronograma para los días que se desarrollarán las ferias obteniendo información sobre los días estratégicos de las instituciones donde dan a conocer las artesanías.		
	Buscar ayuda con las entidades como el MIPRO y municipios autónomos descentralizados.						
Identificar como mejorarían las ventas con el uso de estrategias de marketing en la asociación tejidos San Vicente	PROMOCIÓN	Incrementar la participación en el mercado a través de diferentes anuncios publicitarios y actividades, poniendo a conocimientos a la población las artesanías que se realizan con hilo.	Promociones de ventas para clientas.	Realizar promociones para ocasiones como el día de la madre, de la mujer, navidad y cumpleaños.	Realizar rifas o bonos por día especiales.	Índice aceptación de los productos	Opinión clientas
				Realizar 2x1	Identificar los productos que se van a entregar en el 2x1.		
			Medios de publicidad	Publicidad por medios de comunicación	Elaborar spot publicitario, cuñas radiales y diseño de los folletos.		

Fuente: Plan de acción Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

VARIABLES	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	TAREAS	INDICADOR	CONTROL INDICADOR
CAPACITACIÓN	Ayudar a obtener nuevos conocimientos a todas las socias para que puedan desarrollarse de manera eficiente. Además desarrollar tus habilidades de venta mediante el conocimiento y la aplicación de herramientas que te permitan llevar profesionalmente el ciclo de ventas, desde la prospección hasta el cierre, logrando así mayores ingresos	Cursos de técnicas profesionales de ventas.	Buscar temas sobre las ventas	Entendiendo la naturaleza de las ventas Qué es vender y que significa un vendedor. El cliente Planeación y proceso de la venta Presentaciones centradas en el cliente Proceso de la venta Hábitos del vendedor efectivo	Asistencias	Plantilla de asistencias
	Concientizar y persuadir sobre la actitud constructiva, el trabajo en equipo, y la comunicación interpersonal como herramientas clave para el éxito personal, empresarial y profesional	Curso conocimientos y destrezas de un gerente moderno	Determinar las necesidades de las artesanas sobre estos temas.	La Actitud de las personas exitosas en la vida y en los negocios Cómo crear un equipo ganador y un ambiente de trabajo productivo Liderazgo: dando lo mejor de uno mismo para el bien de los demás ¿Qué es Liderazgo? Jefes vs. Líderes Estilos de Liderazgo y Efectividad, Impacto en el Clima Organizacional (Clima)		

Fuente: Plan de acción
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.7. ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS EN HILO “TEJIDOS SAN VICENTE”.

Las estrategias que se utilizarán dentro de la propuesta de asociatividad para la asociación Tejidos San Vicente serán las de marketing y además se utilizará una estrategia de capacitación para que de esta manera las socias tengan nuevos conocimientos en temas que serán de gran ayuda para las integrantes y que serán cinco que son:

-  Producto.
-  Precio.
-  Plaza.
-  Promoción.
-  Estrategias de capacitación.

4.7.1. Estrategia producto.

La estrategia de producto será intensiva es la se utilizará debido a que se realizará otro producto y variar los modelos de carteras en hilo que realizan actualmente.

A través de esta estrategia se busca maximizar las ventas mediante la creación y la diversificación de los productos ofreciendo variedad de las artesanías en el mercado actual.

4.7.1.1. Objetivo estratégico.

Elaborar nuevos productos mediante la utilización del hilo, para incrementar las ventas y los ingresos de cada una de las socias y sigan aportando a sus familias y demostrando sus habilidades en la realización de las artesanías.

4.7.1.2. Estrategias.

Las estrategias que se desarrollaran serán dos que se detallan a continuación y también se muestra las actividades, tareas, indicadores y control de indicadores que cada una de ellas utilizara.

- ✚ **Estrategia 1:** Diversificación de los productos a base de hilo.
 - ✚ **Actividad 1:** Diseño de ropa de bebe.
 - ✚ **Actividad 2:** Elaborar variedad de modelos de las carteras de hilo.
 - ✚ **Tarea 1:** Aprender a realizar ropa de bebe tejida.
 - ✚ **Tarea 2:** Conocer nuevos modelos de carteras hechas con hilo.
 - ✚ **Indicador:** Nuevos productos elaborados.
 - ✚ **Control de indicador:** Primer trimestre capaz de elaborar nuevos diseños.
-
- ✚ **Estrategia 2:** Elaboración de marca para las artesanías en hilo.
 - ✚ **Actividad 2:** Registrar la marca de los productos.
 - ✚ **Tarea 2:** Escoger el logo distintivo para los productos.
 - ✚ **Indicador:** Índice aceptación del logo.
 - ✚ **Control de indicador:** Entrevistas.

ESQUEMA N°9 Logo asociación



Fuente: Logo asociación
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.7.2. Estrategia precio.

Se utilizara la estrategia “Alto Valor” debido a que la calidad de los productos es alta y los precios medios, se aplicara para buscar los precios adecuados para cada artesanía de tal manera que las socias y las clientas puedan estar satisfechas con los valores acordados.

4.7.2.1. Objetivo estratégico.

Ofrecer valores accesibles para las clientas elaborando una lista de precios para cada artesanía buscando la satisfacción tanto para las socias como para las consumidoras, además realizar descuentos a clientes potenciales.

4.7.2.2. Estrategias.

Las estrategias que se necesitará serán dos que a continuación se presentan con cada una de las actividades y tareas para complementar y aplicarlas correctamente.

- ✚ **Estrategia 1:** Elaborar lista de precios para cada artesanía.
- ✚ **Actividad 1:** Identificación de las artesanías y precio por cada una de ellas.
- ✚ **Tarea 1:** Socialización de los precios con todas las socias.
- ✚ **Indicador:** Rentabilidad.
- ✚ **Control de indicador:** Ventas anuales.

- ✚ **Estrategia 2:** Descuentos en ocasiones especiales.
- ✚ **Actividad 2:** Identificación de los días estratégicos que se aplicara el descuento.
- ✚ **Tarea 2:** Establecer el descuento del 10% para ocasiones especiales, como día de la madre, cumpleaños entre otros.

- ✚ **Indicador:** Rentabilidad.
- ✚ **Control de indicador:** Ventas anuales.

4.7.3. Estrategia plaza.

La estrategia extensiva será la que se aplicará debido a que se desea ingresar a mercados que ya están posicionados sean o no a la misma rama comercial.

4.7.3.1. Objetivo estratégico.

Posicionar los productos elaborados por asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente” dentro del mercado artesanal a través de la búsqueda y ejecución de estrategias ayudando el posicionamiento de los productos en la mente de los consumidores.

4.7.3.2. Estrategias.

- ✚ **Estrategia 1:** Ingresar a mercados ya posicionados.
- ✚ **Actividad 1:** Realizar una investigación sobre los centros comerciales donde se puedan comercializar las artesanías.
- ✚ **Tarea 1:** Coordinar reuniones para exponer las artesanías.
- ✚ **Indicador:** Ventas.
- ✚ **Control de indicador:** Facturas.

- ✚ **Estrategia 2:** Realización de eventos.
- ✚ **Actividad 2:** Organizar ferias para dar a conocer los productos.
- ✚ **Tarea 1:** Buscar ayuda con las entidades como el MIPRO y municipios autónomos descentralizados.

- ✚ **Tarea 2:** Realizar cronograma para los días que se desarrollarán las ferias obteniendo información sobre los días estratégicos de las instituciones donde dan a conocer las artesanías.

- ✚ **Indicador:** Ventas.
- ✚ **Control de indicador:** Facturas.

4.7.4. Estrategia promoción.

La estrategia push es la se utilizara debido a que sirve para motivar los puntos de venta y también a empujar más efectivamente los productos o líneas de productos hacia el consumidor, se aplicara buscando el desarrollo de nuevos nichos de mercado a través de la aplicación de promociones que sean aceptadas por las consumidoras.

4.7.4.1. Objetivo estratégico.

Incrementar la participación en el mercado a través de diferentes anuncios publicitarios y actividades, poniendo a conocimientos a la población las artesanías que se realizan con hilo.

4.7.4.2. Estrategias.

- ✚ **Estrategia 1:** Promoción de ventas para clientas.
- ✚ **Actividad 1:** Realizar promociones para ocasiones como el día de la madre, de la mujer, navidad y cumpleaños.

- ✚ **Actividad 2:** Realizar 2x1.

- ✚ **Tarea 1:** Realizar rifas o bonos especiales por los días especiales.
- ✚ **Tarea 2:** Identificar los productos que se van a entregar en el 2x1.
- ✚ **Indicador:** Índice aceptación de las promociones de ventas
- ✚ **Control de indicador:** Opinión clientas.

4.7.5. Estrategia de capacitación.

Las estrategias de capacitación se han elegido para la asociación “Tejidos San Vicente” son los cursos que servirán para fortalecer en los aspectos que son de gran importancia para cada una de las socias.

4.7.5.1. Objetivo estratégico.

Ayudar a obtener nuevos conocimientos a todas las socias para que puedan desarrollarse de manera eficiente. Además desarrollar tus habilidades de venta mediante el conocimiento y la aplicación de herramientas que te permitan llevar profesionalmente el ciclo de ventas, desde la prospección hasta el cierre, logrando así mayores ingresos.

4.7.5.2. Estrategias.

Las estrategias que se utilizará será una. Al igual que una actividad pero tendrá siete tareas debido a que será capacitación de técnicas profesionales de venta que es un tema que las socias deben conocer.

- ✚ **Estrategia 1:** Cursos de Técnicas profesionales de ventas.

- ✚ **Actividad 1:** Buscar temas sobre las ventas.

- ✚ **Tarea 1:** Entendiendo la naturaleza de las ventas.

- ✚ **Tarea 2:** Qué es vender y que significa un vendedor?

- ✚ **Tarea 3:** El cliente.

- ✚ **Tarea 4:** Planeación y proceso de la venta.

- ✚ **Tarea 5:** Presentaciones centradas en el cliente.

- ✚ **Tarea 6:** Proceso de la venta.

- ✚ **Tarea 7:** Hábitos del vendedor efectivo.

- ✚ **Indicador:** Asistencia a la capacitación.

- ✚ **Control de indicador:** Plantilla de asistencia.

- ✚ **Cronograma:** A continuación se muestra los días y los temas que se darán para las artesanas en la capacitación número tres que trataran de temas de ventas .

CUADRO N°.12 Cronograma capacitación N°3

	Contenido	Lugar	Fecha
1	Entendiendo la naturaleza de las ventas	Casa Comunal	Sep.04
2	Qué es vender y que significa un vendedor		Sep. 05
3	El cliente		Sep.-11
4	Planeación y proceso de la venta		Sep.- 12
5	Presentaciones centradas en el cliente		Sep.-18
6	Proceso de la venta		Sep.-19
7	Manejo de objeciones y cierre		Sep.-25
8	Hábitos del vendedor efectivo		Sep.-26

Fuente: Cronograma capacitación N°3

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.7.5.3. Objetivo estratégico

Concientizar y persuadir sobre la actitud constructiva, el trabajo en equipo, y la comunicación interpersonal como herramientas clave para el éxito personal, empresarial y profesional

4.7.5.4. Estrategias

Al igual que la estrategia anterior, también se utilizara una sola estrategia una actividad y siete tareas.

- ✚ **Estrategia 2:** Curso conocimientos y destrezas de un gerente moderno
- ✚ **Actividad 2:** Determinar las necesidades de las artesanas sobre estos temas.

- ✚ **Tarea 2.1:** La actitud de las personas exitosas en la vida y en los negocios
- ✚ **Tarea 2.2:** Cómo crear un equipo ganador y un ambiente de trabajo productivo
- ✚ **Tarea 2.3:** Liderazgo: dando lo mejor de uno mismo para el bien de los demás
- ✚ **Tarea 2.4:** ¿Qué es liderazgo?
Jefes vs. Líderes

- ✚ **Tarea 2.5:** Estilos de liderazgo y efectividad, impacto en el clima organizacional (clima)
- ✚ **Tarea 2.6:** Inteligencia emocional, herramienta indispensable para el liderazgo efectivo
- ✚ **Tarea 2.7:** Los 10 atributos de la inteligencia emocional aplicada al liderazgos
- ✚ **Cronograma:**

CUADRO No.13 Cronograma capacitación N°4

	Contenido	Lugar	Fecha
1	La actitud de las personas exitosas en la vida y en los negocios	Casa Comunal	Oct. 6
2	Cómo crear un equipo ganador y un ambiente de trabajo productivo		Oct. 7
3	Liderazgo: dando lo mejor de uno mismo para el bien de los demás		Oct. 13
4	¿Qué es liderazgo? Jefes vs. Líderes		Oct. 14
5	Estilos de liderazgo y efectividad, impacto en el clima organizacional		Oct. 20
6	Inteligencia emocional, herramienta indispensable para el liderazgo efectivo		Oct. 21
7	Los 10 atributos de la inteligencia emocional aplicada al liderazgos		Oct. 27

Fuente: Cronograma capacitación N°4
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.8. Cronograma para la asociación de artesanas en hilo “Tejidos San Vicente”

CUADRO N°.14 Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES					
Nombre de la tarea	Julio	Septiembre	Octubre	Diciembre	Enero
Realización de la misión, visión y valores					
Establecimiento del organigrama					
Estrategia de comercialización					
Estrategia de capacitación					
Control de las estrategias					

Fuente: Cronograma de actividades

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANAS EN HILO “TEIIDOS SAN VICENTE”.

4.9.1. Estudio financiero.

El estudio financiero es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios. Es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones.

Dentro de este capítulo se puede encontrar la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras que representa y refleja la realidad económica de la asociación.

Y también cae recalcar que mediante este proceso se puede planear alternativas para enfrentar los problemas que se presente en algún momento la asociación y poder solucionarlos.

La propuesta tendrá dos presupuestos donde el primer presupuesto se hará en base a sin asociatividad donde solo consta las ventas de las carteras y los egresos de cada una de ellas.

Y el segundo presupuesto con asociatividad donde estará el balance de maquinaria y equipo, los costos de mano de obra, materia prima y costos indirectos de fabricación, los gastos como: constitución, administrativos, ventas y de servicios, también se refleja el capital de trabajo, las proyecciones de ventas.

Además se encontrara la información necesaria sobre el aporte de las socias y el préstamo que se debe realizar para cubrir los gastos necesarios para que pueda producir de manera eficiente.

A continuación se detalla un presupuesto sin asociatividad.

4.9.1.1. Presupuesto sin asociatividad

CUADRO N°. 15 Presupuesto sin asociatividad

ASOCIACIÓN DE ARTESANAS EN HILO “TEJIDOS SAN VICENTE”					
PRESUPUESTO DE VENTAS MENSUAL AÑO 2015					
INGRESOS	DETALLES				
	CANT.	PRECIO	TOTAL		
VENTAS					
Carteras Grandes	10	20,00	200,00		
Carteras Medianas	15	15,00	225,00		
Carteras Pequeñas	30	10,00	300,00		
TOTAL INGRESOS					725,00
EGRESOS					
Hilos					
Carteras Grandes	10	10,00	100,00		
Carteras Medianas	15	7,00	105,00		
Carteras Pequeñas	30	5,00	150,00		
				355,00	
Plantillas					
Carteras Grandes	10	1,00	10,00		
Carteras Medianas	15	0,75	11,25		
Carteras Pequeñas	30	0,50	15,00		
				36,25	
Crochet					
Carteras Grandes	10	0,50	5,00		
Carteras Medianas	15	0,50	7,50		
Carteras Pequeñas	30	0,50	15,00		
				27,50	
Argollas					
Carteras Grandes	10	0,50	5,00		
Carteras Medianas	15	0,40	6,00		
Carteras Pequeñas	30	0,30	9,00		
				20,00	
Costo de mano de obra		1.33 x hora	276,64	276,64	
SUBTOTAL					715,39
TOTAL					9,61

Fuente: Presupuesto sin asociatividad
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.1.2. Presupuesto con asociatividad

4.9.1.2.1. Inversión inicial

La inversión inicial dentro de una empresa indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad. Para poder conocer cuál será la inversión inicial del estudio se debe conocer los activos fijos, los activos intangibles y el capital de trabajo. A continuación se detalla cada uno de los puntos necesarios:

4.9.1.2.2. Maquinaria y equipo

En este indicador están todas aquellas maquinarias que se utilizara dentro de la asociación para que se pueda producir y obtener más utilidades.

CUADRO N°. 16 Maquinaria y Equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
MAQUINARIAS			
Máquina de tejer DUBIED	1	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
Máquina de tejer SINGER	3	\$ 750,00	\$ 2.250,00
MUEBLES Y ENSERES			
Sillas	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Escritorios	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Archivadores	1	\$ 100,00	\$ 100,00
EQUIPOS			
Computador de escritorio	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Impresora escaner HP	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Teléfono inalámbrico	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	TOTAL		\$ 6.275,00

Fuente: Maquinaria y equipo

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.1.2.3. Activos intangibles

Para conocer el valor de los activos intangibles se deberá considerar todos los gastos de constitución de la asociación como son los trámites en el municipio, en el Servicio de rentas internas (Sri), a continuación se muestra valores de cada uno de ellos:

CUADRO N°. 17 Activos intangibles

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Trámites en el municipio	\$ 400,00
Trámites en el SRI	\$ 100,00
Varios	\$ 100,00
Constitución de la asociación	\$ 1.020,00
TOTAL	1.620,00

Fuente: Activos intangibles

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

El total de los activos intangibles es de \$ 1.620,00 dólares, que está constituido por todos los gastos que se necesitan para la conformación de la asociación.

4.9.1.2.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo son aquellos recursos que requiere la asociación para poder operar, el valor obtenido de los gastos administrativos, de ventas y de servicios del primer mes del periodo contable.

CUADRO N°. 18 Capital de trabajo

	ENE	FEB	MAR	AB	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VENTAS (CANTIDAD)		633	656	678	702	727	752	779	806	834	863	893
TOTAL EN VENTAS		\$ 9.000,00	\$ 9.315,00	\$ 9.641,03	\$ 9.978,46	\$ 10.327,71	\$ 10.689,18	\$ 11.063,30	\$ 11.450,51	\$ 11.851,28	\$ 12.266,08	\$ 12.695,39
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 9.000,00	\$ 9.315,00	\$ 9.641,03	\$ 9.978,46	\$ 10.327,71	\$ 10.689,18	\$ 11.063,30	\$ 11.450,51	\$ 11.851,28	\$ 12.266,08	\$ 12.695,39

EGRESOS	ENE	FEB	MAR	AB	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
COSTOS DE PRODUCCION												
MATERIA PRIMA		\$ 5.243,75	\$ 5.427,28	\$ 5.617,24	\$ 5.813,84	\$ 6.017,32	\$ 6.227,93	\$ 6.445,91	\$ 6.671,51	\$ 6.905,02	\$ 7.146,69	\$ 7.396,83
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 1.291,67	\$ 1.336,88	\$ 1.383,67	\$ 1.432,09	\$ 1.482,22	\$ 1.534,09	\$ 1.587,79	\$ 1.643,36	\$ 1.700,88	\$ 1.760,41	\$ 1.822,02
CIF		\$ 308,60	\$ 308,60	\$ 308,60	\$ 308,60	\$ 308,60	\$ 308,60	\$ 308,60	\$ 308,60	\$ 308,60	\$ 308,60	\$ 308,60
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	\$ -	\$ 6.844,02	\$ 7.072,76	\$ 7.309,50	\$ 7.554,53	\$ 7.808,14	\$ 8.070,62	\$ 8.342,30	\$ 8.623,48	\$ 8.914,50	\$ 9.215,70	\$ 9.527,45
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.053,39	\$ 1.053,39	\$ 1.053,39	\$ 1.053,39	\$ 1.053,39	\$ 1.053,39	\$ 1.428,39	\$ 1.403,39	\$ 1.433,39	\$ 1.413,39	\$ 1.053,39	\$ 1.053,39
GASTOS DE VENTA	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
GASTOS POR SERVICIOS	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00	\$ 55,00
TOTAL GASTOS	\$ 1.308,39	\$ 1.683,39	\$ 1.658,39	\$ 1.688,39	\$ 1.668,39	\$ 1.308,39	\$ 1.308,39					

CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO MAXIMO DEFICIT ACUMULADO	ENE	FEB	MAR	AB	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INGRESO MENSUAL	\$ -	\$ 9.000,00	\$ 9.315,00	\$ 9.641,03	\$ 9.978,46	\$ 10.327,71	\$ 10.689,18	\$ 11.063,30	\$ 11.450,51	\$ 11.851,28	\$ 12.266,08	\$ 12.695,39
EGRESO MENSUAL	\$ 1.308,39	\$ 8.152,41	\$ 8.381,15	\$ 8.617,90	\$ 8.862,93	\$ 9.116,53	\$ 9.754,02	\$ 10.000,69	\$ 10.311,87	\$ 10.582,89	\$ 10.524,10	\$ 10.835,84
SALDO	\$ (1.308,39)	\$ 847,59	\$ 933,85	\$ 1.023,13	\$ 1.115,53	\$ 1.211,17	\$ 935,16	\$ 1.062,61	\$ 1.138,64	\$ 1.268,39	\$ 1.741,98	\$ 1.859,54
SALDO ACUMULADO	\$ (1.308,39)	\$ (460,80)	\$ 473,05	\$ 1.496,18	\$ 2.611,71	\$ 3.822,88	\$ 4.758,04	\$ 5.820,65	\$ 6.959,30	\$ 8.227,69	\$ 9.969,67	\$ 11.829,21

CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.308,39
---------------------------	--------------------

Fuente: Capital de trabajo
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.1.2.5. Obras físicas

Para este punto se debe realizar una inversión para los materiales de construcción para la creación del lugar donde se van a elaborar las artesanías que a continuación se detalla cada uno de ellos y el valor total.

CUADRO N°. 19 Obras físicas

ITEMS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tablas semiduras	Unidades	180	\$ 10,50	\$ 1.890,00
Destornilladores	Unidades	8	\$ 1,50	\$ 12,00
Cinta Teflon 12MMx10M	Unidades	50	\$ 0,35	\$ 17,50
Manguera Lavamanos	Unidades	7	\$ 4,10	\$ 28,70
Cañas Rollizas	Unidades	100	\$ 4,00	\$ 400,00
Union Rosc Polimex 1/2"	Unidades	80	\$ 0,45	\$ 36,00
Llave Paso PV 1/2 Manija Red	Unidades	80	\$ 9,38	\$ 750,40
Clavos construcción 2 1/2" - 25K	Libra	450	\$ 0,85	\$ 382,50
Baldes	Unidades	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Agua				\$ 600,00
Luz				\$ 500,00
Arena negra gruesa	m3	9	\$ 150,00	\$ 1.350,00
Tornillos	Unidades	240	\$ 0,18	\$ 43,20
Caja rectangular	Unidades	128	\$ 0,65	\$ 83,20
Cables #12	Metro	350	\$ 2,20	\$ 770,00
Cinta Aislante	Unidades	20	\$ 0,35	\$ 7,00
Lámparas	Unidades	100	\$ 4,00	\$ 400,00
Yeso	Metro	80	\$ 12,00	\$ 960,00
Llaves de paso	Unidades	7	\$ 9,40	\$ 65,80
Alicates	Unidades	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Serrucho	Unidades	25	\$ 7,00	\$ 175,00
Flexometros	Unidades	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Martillos	Unidades	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Mano de obra	Unidades	5	\$ 1.272,00	\$ 6.360,00
Bloque Liviano PL -1ST-9	Unidades	8700	\$ 0,50	\$ 4.350,00
Varillas 8 MMx12M	Unidades	750	\$ 1,00	\$ 750,00
Rollo de alambre	Libra	70	\$ 1,00	\$ 70,00
Brochas	Unidades	15	\$ 3,00	\$ 45,00
Codo para tubos 1/2"*450	Unidades	360	\$ 0,65	\$ 234,00
Tomacorrientes Ticino Modus Pol/110V.	Unidades	28	\$ 2,00	\$ 56,00
Tubos para cables eléctricos	Unidades	140	\$ 7,13	\$ 998,20
Tubos P. Rosc 1/2 * 6M	Unidades	140	\$ 8,10	\$ 1.134,00

Bondex Standard Cerámica (25Kg)	Unidades	90	\$ 4,60	\$ 414,00
Groutex Porcelana PF Beige 2Kg	Funda	80	\$ 1,82	\$ 145,60
Cemento Holcim Rocafuerte 50K	Saco	350	\$ 7,00	\$ 2.450,00
Cortadora de cerámica	Unidades	8	\$ 23,00	\$ 184,00
Palas	Litros	10	\$ 6,50	\$ 65,00
Baldes	Unidades	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Pintura	Tarros	50	\$15,00	\$ 750,00
Cerámicas Murano Beige 45x30	Metro	140	\$ 18,00	\$ 2.520,00
Lavamanos	Unidades	7	\$ 30,00	\$ 210,00
Inodoros	Unidades	7	\$ 45,00	\$ 315,00
Niveladores	Unidades	7	\$ 80,00	\$ 560,00
Llaves para lavaderos	Unidades	7	\$ 7,00	\$ 49,00
Interruptores	Unidades	22	\$ 5,00	\$ 110,00
Panel para Breaker	Unidades	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Puertas	Unidades	17	\$ 25,00	\$ 425,00
Briagas	Unidades	34	\$ 3,00	\$ 102,00
Chapas	Unidades	17	\$ 10,00	\$ 170,00
Manguera Inodoros	Unidades	7	\$ 4,25	\$ 29,75
Terreno				\$ 8.000,00
Zinc	Unidades	160	\$ 8,00	\$ 1.280,00
Total obras físicas				\$40.507,85

Fuente: Obras físicas

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.1.2.6. Resumen

El total de la inversión inicial es de \$49.711,24 que a continuación se detalla porque es ese valor:

CUADRO N°. 20 Resumen Inversión Inicial

INVERSIONES	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 6.275,00
OBRAS FISICAS –TERRENO	\$ 40.507,85
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.308,39
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.620,00
TOTAL INVERSION	\$ 49.711,24

Fuente: Resumen inversión inicial

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.2. Financiamiento

El financiamiento se trata de conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios, necesarios para el desarrollo de las correspondientes actividades económicas.

4.9.2.1. Mecanismo

A continuación se detalla el capital propio, y el valor del préstamo con su tasa de interés y el periodo de la deuda, en la asociación se utilizará con el 10% de aporte inicial de las socias y el 90% de préstamo:

CUADRO N°. 21 Mecanismo de aportación de la inversión

MECANISMOS DE APORTACIÓN DE LA INVERSIÓN		
CAPITAL PROPIO	\$ 5.102,04	10%
PRÉSTAMO	\$ 45.918,35	90%
TASA DE INTERÉS DE LA DEUDA	12%	ANUAL
PERIODO DE LA DEUDA	10	AÑOS

Fuente: Mecanismo de aportación de la inversión

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.2.2. Amortización

Amortización de la deuda es el proceso financiero mediante el cual se extingue, gradualmente, una deuda por medio de pagos periódicos, que pueden ser iguales o diferentes.

A continuación se muestra los detalles del capital vivo que es valor que se ha pedido de préstamo , el interés del 12% del préstamo y los pagos que se deberá realizar cada año hasta llegar a saldar la cuenta con la institución financiera donde se realizara los trámites para conseguir el dinero que se necesita.

CUADRO N°. 22 Amortización Anualmente

PERIODO	CAPITAL VIVO	INTERÉS 12%	PAGO	AMORTIZACIÓN
0	\$ 45.100,12	-	-	-
1	\$ 42.508,92	\$5.335,34	\$ 7.926,54	\$ 2.591,20
2	\$ 39.611,19	\$5.028,81	\$ 7.926,54	\$ 2.897,74
3	\$ 36.370,65	\$4.686,00	\$ 7.926,54	\$ 3.240,54
4	\$ 32.746,75	\$4.302,65	\$ 7.926,54	\$ 3.623,89
5	\$ 28.694,15	\$3.873,94	\$ 7.926,54	\$ 4.052,60
6	\$ 24.162,13	\$3.394,52	\$ 7.926,54	\$ 4.532,02
7	\$ 19.093,97	\$2.858,38	\$ 7.926,54	\$ 5.068,16
8	\$ 13.426,24	\$2.258,82	\$ 7.926,54	\$ 5.667,72
9	\$ 7.088,03	\$1.588,32	\$ 7.926,54	\$ 6.338,22
10	\$ 0,00	\$ 838,51	\$ 7.926,54	\$ 7.088,03

Fuente: Amortización anualmente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.2.3. Aportación de los socios

La aportación que cada socia deberá hacer será de \$269.16 este aporte es la inversión inicial que cada socia deberá realizar para la constitución de la asociación a continuación se detalla cada pago y la forma que se deberá realizar.

CUADRO N°. 23 Aporte socias

N°	NOMBRE DE SOCIA	APORTE
1	Flerida Suarez Reyes	\$ 269,16
2	Verónica Suarez Reyes	\$ 269,16
3	Armindia Rodríguez	\$ 269,16
4	Ángela Medina Reyes	\$ 269,16
5	Silvia Cochea Reyes	\$ 269,16
6	Roció Suarez S.	\$ 269,16
7	Lady Tómalá	\$ 269,16
8	Vanessa Suarez M.	\$ 269,16
9	Sonia Del Pezo T.	\$ 269,16
10	Elizabeth Suarez S.	\$ 269,16
11	Consuelo Medina Reyes	\$ 269,16
12	Gladys Borbor	\$ 269,16
13	Joselyn Reyes	\$ 269,16
14	Zoraida Suarez	\$ 269,16
15	Cristina Isabel S	\$ 269,16
16	Raquel Medina	\$ 269,16
17	Rosa Borbor	\$ 269,16
18	Elvia Tómalá	\$ 269,16
19	Ketty Suarez	\$ 269,16
20	Dominga Alejandro	\$ 269,16
	TOTAL	\$ 5.383,21

Fuente: Aporte de las socias
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.2.4. Proyección de ventas

La proyección de ventas es la cantidad de ingresos que una empresa espera ganar en algún momento en el futuro, para poder cubrir los gastos que son necesarios.

4.9.2.5. Productos a comercializar

Los precios por cada producto es: para las carteras grandes \$20, para las medianas \$15, para las pequeñas \$10 y para la ropa de bebe \$15 dólares. A continuación se detalla las ventas anualmente.

CUADRO N°. 24 Ventas producidas anualmente

VENTAS POR PRODUCTOS PRODUCIDOS MENSUAL										
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	DÓLARES	UNIDADES	DÓLARES	UNIDADES	DÓLARES	UNIDADES	DÓLARES	UNIDADES	DÓLARES
Carteras grandes	1971	\$ 39.425,98	2040	\$ 40.805,88	2112	\$ 42.234,09	2186	\$ 43.712,28	2262	\$ 45.242,21
Carteras medianas	2519	\$ 37.783,23	2607	\$ 39.105,64	2698	\$ 40.474,34	2793	\$ 41.890,94	2890	\$ 43.357,12
Carteras pequeñas	3285	\$ 32.854,98	3400	\$ 34.004,90	3520	\$ 35.195,08	3643	\$ 36.426,90	3770	\$ 37.701,85
Ropa de bebe	548	\$ 8.213,74	567	\$ 8.501,23	587	\$ 8.798,77	607	\$ 9.106,73	628	\$ 9.425,46
TOTAL	8323	\$ 118.277,93	8615	\$ 122.417,65	8916	\$ 126.702,27	9228	\$ 131.136,85	9551	\$ 135.726,64
	AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	DÓLARES	UNIDADES	DÓLARES	UNIDADES	DÓLARES	UNIDADES	DÓLARES	UNIDADES	DÓLARES
Carteras grandes	2341	\$ 46.825,69	2423	\$ 48.464,59	2508	\$ 50.160,85	2596	\$ 51.916,48	2687	\$ 53.733,56
Carteras medianas	2992	\$ 44.874,62	3096	\$ 46.445,23	3205	\$ 48.070,82	3317	\$ 49.753,29	3433	\$ 51.494,66
Carteras pequeñas	3902	\$ 39.021,41	4039	\$ 40.387,16	4180	\$ 41.800,71	4326	\$ 43.263,73	4478	\$ 44.777,97
Ropa de bebe	650	\$ 9.755,35	673	\$ 10.096,79	697	\$ 10.450,18	721	\$ 10.815,93	746	\$ 11.194,49
TOTAL	9885	\$ 140.477,07	10231	\$ 145.393,77	10590	\$ 150.482,55	10960	\$ 155.749,44	11344	\$ 161.200,67

Fuente: Ventas producidas mensual

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.3. Costos operativos y gastos

Para conocer los valores de los costos operativos se debe conocer la mano de obra, materia prima y costos indirectos de fabricación que a continuación se detalla.

4.9.3.1. Costos operativos

4.9.3.1.1. Costo de materia prima

Para el cálculo del costo de la materia prima se consideró los materiales para cada producto a continuación se detalla con valores.

CUADRO N°. 25 Costos de producción

PRODUCTOS	MATERIA PRIMA UNITARIA	MATERIA PRIMA TOTAL
Materia Prima Carteras grandes		\$ 11,50
Hilo	\$ 10,00	
Plantilla	\$ 1,00	
Argollas	\$ 0,50	
Materia Prima Carteras medianas		\$ 8,25
Hilo	\$ 7,00	
Plantilla	\$ 0,75	
Argollas	\$ 0,50	
Materia Prima Carteras pequeñas		\$ 6,00
Hilo	\$ 5,00	
Plantilla	\$ 0,50	
Argollas	\$ 0,50	
Materia Prima Ropa de bebe		\$ 10,50
Hilo	\$ 10,00	
Botones	\$ 0,50	

Fuente: Costos de producción

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.3.1.2. Costo de mano de obra

Los costos de mano de obra se muestran a continuación de acuerdo a cada producto:

CUADRO N°. 26 Mano de obra

MANO DE OBRA DIRECTA	
Carteras grandes	\$ 3,00
Carteras medianas	\$ 2,00
Carteras pequeñas	\$ 1,50
Ropa de bebé	\$ 2,00

Fuente: Mano de obra

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.3.1.3. Costo indirecto de fabricación

CUADRO N°. 27 Costo indirecto de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Crochet fino	Unidades	18	\$ 0,70	\$ 12,60
Crochet Grueso	Unidades	22	\$ 1,20	\$ 26,40
Cinta métrica	Unidades	14	\$ 5,00	\$ 70,00
Tijera	Unidades	14	\$ 5,00	\$ 70,00
Agujeta	Unidades	24	\$ 0,20	\$ 4,80
Lápiz	Unidades	24	\$ 0,20	\$ 4,80
Luz				\$ 120,00
TOTAL				\$ 308,60

Fuente: Costos indirectos de fabricación

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.3.2. Gastos proyectados

4.9.3.2.1. Gastos administrativos

CUADRO N°. 28 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	ANUAL
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 897,69	\$10.772,32
CAPACITACIONES		\$ 1.465,00
SUMINISTROS	\$ 155,70	\$ 1.588,40
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.053,39	\$13.825,72

Fuente: Gastos administrativos

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

A continuación se detalla cada uno de las operaciones realizadas para obtener los valores que anterior se presentaron como es el valor del personal que serán solo dos como es administrativo y contador y las otras funciones se delegarán a las socias, los suministros de oficina y también las cuatro capacitaciones que se darán para consolidar la formalización y para consolidar las estrategias.

CUADRO N°. 29 Personal

PERSONAL										
No DE TRABAJ.	CARGO	SUELDO UNIFICADO	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES ANUALES				APORTE PATRONAL 11.15%	COSTO TOTAL ANUAL	SUELDO MENSUAL
				13 Sueldo	14 Sueldo	Fondo Reser.	Vacaciones			
1	Administrador	\$ 320,00	\$ 3.840,00	\$ 320,00	\$ 318,00	\$ 320,00	\$ 160,00	\$ 428,16	\$ 5.386,16	\$ 448,85
1	Contador	\$ 320,00	\$ 3.840,00	\$ 320,00	\$ 318,00	\$ 320,00	\$ 160,00	\$ 428,16	\$ 5.386,16	\$ 448,85

Fuente: Personal

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

CUADRO N°. 30 Suministro

SUMINISTROS DE OFICINA				
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	GASTO MENSUAL	GASTO TOTAL ANUAL
Resma de papel	5	\$ 4,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Tinta de impresora	4	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Perforadora	4	\$ 3,50	\$ 14,00	\$ 56,00
Esferos	3	\$ 0,30	\$ 0,90	\$ 10,80
Lápices	4	\$ 0,30	\$ 1,20	\$ 14,40
Grapadora	3	\$ 3,00	\$ 9,00	\$ 36,00
Clip (caja)	5	\$ 1,20	\$ 6,00	\$ 72,00
Goma	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 60,00
Borrador	4	\$ 0,40	\$ 1,60	\$ 19,20
Corrector	2	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 36,00
Grapas	3	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Sacagrapas	4	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 48,00
TOTAL			\$ 155,70	\$ 1.588,40

Fuente: Suministro

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

CUADRO N°. 31 Capacitaciones

CAPACITACIONES	
CONCEPTO	VALOR
Capacitación de curso de liderazgo y resolución de conflictos en la empresa	\$ 375,00
Capacitación de curso conocimientos y destrezas de un gerente moderno	\$ 350,00
Capacitación de curso coaching y liderazgo	\$ 380,00
Capacitación de cursos de técnicas profesionales de ventas	\$ 360,00
TOTAL	\$ 1.465,00

Fuente: Capacitaciones

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.3.2.2. Gastos de ventas

En los gastos de venta se tomó en cuenta las veces que se utilizará diferente medios de publicidad para los productos de la asociación, a continuación se detalla los costos unitarios, los costos mensuales de los medios de publicidad que se eligieron de acuerdo a los resultados obtenidos en capítulo anterior.

CUADRO N°. 32 Gastos de venta

GASTOS DE VENTA				
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
Medios radiales	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Volantes	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL		\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00

Fuente: Gastos de venta

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.3.2.3. Gastos por servicio

A continuación se especifica los gastos a utilizarse en la asociación como es la energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico y los valores tanto mensual como anualmente.

CUADRO N°. 33 Gastos por servicio

GASTOS POR SERVICIOS	MENSUAL	ANUAL
Energía eléctrica	\$ 30,00	\$ 360,00
Servicio de agua potable	\$ 10,00	\$ 120,00
Servicio telefónico	\$ 15,00	\$ 180,00
TOTAL GASTOS POR SERVICIOS	\$ 55,00	\$ 660,00

Fuente: Gastos de servicios

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.4. Depreciación

La depreciación ayuda a determinar el valor de desecho que tiene cada uno de los activos fijos que cuenta la asociación. En el siguiente cuadro se detalla el valor de cada año que se deprecian cada bien.

CUADRO N°. 34 Balance de maquinarias equipos y tecnología

AÑOS	COSTO TOTAL	AÑOS DE DEPRECIACIÓN	% DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN AÑO 1	DEPRECIACIÓN AÑO 2	DEPRECIACIÓN AÑO 3	DEPRECIACIÓN AÑO 4	DEPRECIACIÓN AÑO 5	DEPRECIACIÓN AÑO 6	DEPRECIACIÓN AÑO 7	DEPRECIACIÓN AÑO 8	DEPRECIACIÓN AÑO 9	DEPRECIACIÓN AÑO 10
Maquinarias				\$ 505,00	\$ 505,00	\$ 505,00	\$ 505,00	\$ 505,00	\$ 505,00				
Maquina de tejer DUBIED	\$ 2.800,00	5 años	20%	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00				
Maquina de tejer SINGER	\$ 750,00	5 años	20%	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00	\$ 225,00				
Muebles y enseres				\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00				
Sillas	\$ 200,00	5 años	20%	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00				
Escritorios	\$ 150,00	5 años	20%	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00				
Archivadores	\$ 100,00	5 años	20%	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00				
Equipos				\$ 258,33	\$ 258,33	\$ 258,33							
Computador de escritorio	\$ 600,00	3 años	33,33%	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00							
Impresora escaner HP	\$ 150,00	3 años	33,33%	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00							
Teléfono inalámbrico	\$ 25,00	3 años	33,33%	\$ 8,33	\$ 8,33	\$ 8,33							
Edificio				\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39
Infraestructura	\$ 40.507,85	20 años	5%	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39	\$ 2.025,39

Fuente: Balance de maquinaria, equipo y tecnología
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.5. Estado de resultado

CUADRO N° . 35 Estado de resultado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos		\$ 118.277,93	\$ 122.618,73	\$ 127.118,83	\$ 131.784,10	\$ 136.620,57	\$ 141.634,55	\$ 146.832,53	\$ 152.221,29	\$ 157.807,81	\$ 163.599,36
(-) Costos de produccion		\$ 89.282,99	\$ 92.559,68	\$ 95.956,62	\$ 99.478,23	\$ 103.129,08	\$ 106.913,92	\$ 110.837,66	\$ 114.905,40	\$ 119.122,43	\$ 123.494,22
(=) Utilidad Bruta		\$ 28.994,93	\$ 30.059,05	\$ 31.162,22	\$ 32.305,87	\$ 33.491,49	\$ 34.720,63	\$ 35.994,88	\$ 37.315,89	\$ 38.685,38	\$ 40.105,14
(-) Gastos Operacionales											
Gastos de Servicios		\$ 660,00	\$ 684,22	\$ 709,33	\$ 735,37	\$ 762,35	\$ 790,33	\$ 819,34	\$ 849,41	\$ 880,58	\$ 912,90
Gastos Administrativos		\$ 13.825,72	\$ 14.333,12	\$ 14.859,15	\$ 15.404,48	\$ 15.969,82	\$ 16.555,92	\$ 17.163,52	\$ 17.793,42	\$ 18.446,44	\$ 19.123,42
Depreciación (de activos fijos)		\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73
Gastos de Venta		\$ 2.400,00	\$ 2.488,08	\$ 2.579,39	\$ 2.674,06	\$ 2.772,19	\$ 2.873,93	\$ 2.979,41	\$ 3.088,75	\$ 3.202,11	\$ 3.319,63
(=) Utilidad Operacional		\$ 9.230,49	\$ 9.674,90	\$ 10.135,61	\$ 10.613,24	\$ 11.108,40	\$ 11.621,72	\$ 12.153,89	\$ 12.705,59	\$ 13.277,53	\$ 13.870,47
(-) Gastos No Operacionales											
Gastos Financieros (intereses sobre prestamos)		\$ 5.292,76	\$ 4.988,66	\$ 4.648,60	\$ 4.268,30	\$ 3.843,02	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros gastos no operacionales											
(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impsts		\$ 3.937,73	\$ 4.686,23	\$ 5.487,02	\$ 6.344,94	\$ 7.265,38	\$ 11.621,72	\$ 12.153,89	\$ 12.705,59	\$ 13.277,53	\$ 13.870,47
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 590,66	\$ 702,93	\$ 823,05	\$ 951,74	\$ 1.089,81	\$ 1.743,26	\$ 1.823,08	\$ 1.905,84	\$ 1.991,63	\$ 2.080,57
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 3.347,07	\$ 3.983,30	\$ 4.663,96	\$ 5.393,20	\$ 6.175,57	\$ 9.878,46	\$ 10.330,81	\$ 10.799,75	\$ 11.285,90	\$ 11.789,90
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$ 736,36	\$ 876,33	\$ 1.026,07	\$ 1.186,50	\$ 1.358,63	\$ 2.173,26	\$ 2.272,78	\$ 2.375,94	\$ 2.482,90	\$ 2.593,78
(=) UTILIDAD NETA		\$ 2.610,72	\$ 3.106,97	\$ 3.637,89	\$ 4.206,69	\$ 4.816,95	\$ 7.705,20	\$ 8.058,03	\$ 8.423,80	\$ 8.803,00	\$ 9.196,12

Fuente: Estado de resultado
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.6. Flujo de caja proyectado

CUADRO N°. 36 Flujo de Caja

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos		\$ 118.277,93	\$ 122.618,73	\$ 127.118,83	\$ 131.784,10	\$ 136.620,57	\$ 141.634,55	\$ 146.832,53	\$ 152.221,29	\$ 157.807,81	\$ 163.599,36
(-) Costos de produccion		\$ 89.282,99	\$ 92.559,68	\$ 95.956,62	\$ 99.478,23	\$ 103.129,08	\$ 106.913,92	\$ 110.837,66	\$ 114.905,40	\$ 119.122,43	\$ 123.494,22
(=) Utilidad Bruta		\$ 28.994,93	\$ 30.059,05	\$ 31.162,22	\$ 32.305,87	\$ 33.491,49	\$ 34.720,63	\$ 35.994,88	\$ 37.315,89	\$ 38.685,38	\$ 40.105,14
(-) Gastos Operacionales											
Gastos de Servicios		\$ 660,00	\$ 684,22	\$ 709,33	\$ 735,37	\$ 762,35	\$ 790,33	\$ 819,34	\$ 849,41	\$ 880,58	\$ 912,90
Gastos Administrativos		\$ 13.825,72	\$ 14.333,12	\$ 14.859,15	\$ 15.404,48	\$ 15.969,82	\$ 16.555,92	\$ 17.163,52	\$ 17.793,42	\$ 18.446,44	\$ 19.123,42
Depreciación (de activos fijos)		\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73
Gastos de Venta		\$ 2.400,00	\$ 2.488,08	\$ 2.579,39	\$ 2.674,06	\$ 2.772,19	\$ 2.873,93	\$ 2.979,41	\$ 3.088,75	\$ 3.202,11	\$ 3.319,63
(=) Utilidad Operacional		\$ 9.230,49	\$ 9.674,90	\$ 10.135,61	\$ 10.613,24	\$ 11.108,40	\$ 11.621,72	\$ 12.153,89	\$ 12.705,59	\$ 13.277,53	\$ 13.870,47
(-) Gastos No Operacionales											
Gastos Financieros (intereses sobre prestamos)		\$ 5.292,76	\$ 4.988,66	\$ 4.648,60	\$ 4.268,30	\$ 3.843,02	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros gastos no operacionales											
(=) Utilidad antes de Part. Trab. E Impsts		\$ 3.937,73	\$ 4.686,23	\$ 5.487,02	\$ 6.344,94	\$ 7.265,38	\$ 11.621,72	\$ 12.153,89	\$ 12.705,59	\$ 13.277,53	\$ 13.870,47
(-) 15% Participación de Trabajadores		\$ 590,66	\$ 702,93	\$ 823,05	\$ 951,74	\$ 1.089,81	\$ 1.743,26	\$ 1.823,08	\$ 1.905,84	\$ 1.991,63	\$ 2.080,57
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 3.347,07	\$ 3.983,30	\$ 4.663,96	\$ 5.393,20	\$ 6.175,57	\$ 9.878,46	\$ 10.330,81	\$ 10.799,75	\$ 11.285,90	\$ 11.789,90
(-) 25% Impuesto a la Renta		\$ 736,36	\$ 876,33	\$ 1.026,07	\$ 1.186,50	\$ 1.358,63	\$ 2.173,26	\$ 2.272,78	\$ 2.375,94	\$ 2.482,90	\$ 2.593,78
(=) UTILIDAD NETA		\$ 2.610,72	\$ 3.106,97	\$ 3.637,89	\$ 4.206,69	\$ 4.816,95	\$ 7.705,20	\$ 8.058,03	\$ 8.423,80	\$ 8.803,00	\$ 9.196,12
(+) Depreciacion (de activos fijos)		\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73	\$ 2.878,73
(-) Inversión	\$ (50.022,85)			\$ (775,00)		\$ (450,00)	\$ (775,00)			\$ (775,00)	\$ (450,00)
(+) Préstamo	\$ 44.740,12										
(-) Amortización Capital del Prestamo		\$ (2.570,51)	\$ (2.874,61)	\$ (3.214,67)	\$ (3.594,97)	\$ (4.020,25)	\$ (4.495,85)	\$ (5.027,71)	\$ (5.622,48)	\$ (6.287,62)	\$ (7.031,45)
(-) Capital de Trabajo	\$ (1.308,39)										
(+) Recuperación Capital de Trabajo											\$ 1.308,39
(+) Valor de Desecho											\$ 2.008,33
(=) Flujo Neto Efectivo	\$ (6.591,12)	\$ 2.918,93	\$ 3.111,09	\$ 2.526,95	\$ 3.490,45	\$ 3.225,42	\$ 5.313,08	\$ 5.909,05	\$ 5.680,05	\$ 4.619,11	\$ 7.910,12

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

Ahorro socias

A continuación se detalla el ahorro que se deberá cumplir para cubrir gastos imprevistos de forma monetaria, los cálculos se basarán al 20% de la utilidad de las ventas, aparte darán \$10 dólares mensuales que cada socia debe realizar.

CUADRO N°. 37 Ahorro socias

DESCRIPCIÓN	UTILIDAD NETA		AHORRO DEL 20% DE LA UTILIDAD	APORTE EL \$10 POR CADA SOCIA (\$10 X 20 SOCIAS)	TOTAL MENSUAL
Año 1	\$ 2.610,72		\$ 522,14	\$ 2.400,00	\$ 2.922,14
Año 2	\$ 3.106,97		\$ 621,39	\$ 2.400,00	\$ 3.021,39
Año 3	\$ 3.637,89		\$ 727,58	\$ 2.400,00	\$ 3.127,58
Año 4	\$ 4.206,69		\$ 841,34	\$ 2.400,00	\$ 3.241,34
Año 5	\$ 4.816,95		\$ 963,39	\$ 2.400,00	\$ 3.363,39
Año 6	\$ 7.705,20		\$ 1.541,04	\$ 2.400,00	\$ 3.941,04
Año 7	\$ 8.058,03		\$ 1.611,61	\$ 2.400,00	\$ 4.011,61
Año 8	\$ 8.423,80		\$ 1.684,76	\$ 2.400,00	\$ 4.084,76
Año 9	\$ 8.803,00		\$ 1.760,60	\$ 2.400,00	\$ 4.160,60
Año 10	\$ 9.196,12		\$ 1.839,22	\$ 2.400,00	\$ 4.239,22
TOTAL	\$ 60.565,38		\$ 12.113,08	\$ 24.000,00	\$ 36.113,08

Fuente: Ahorro socias

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

4.9.7. Evaluación financiera

El VAN representa el equivalente actual, es decir, al día de hoy, de los flujos de cajas que tendrán lugar en períodos posteriores. Esta equivalencia se calcula mediante la aplicación de una tasa de interés. El TIR, es aquella tasa para la cual el VAN se hace cero. Es decir, es una manera de determinar cuál es el interés de retorno a partir del cual ya no es conveniente la inversión.

CUADRO N°. 38 Van - Tir

Tmar = CAPM	13%
VAN	\$ 15.139,27
TIR	49,25%

Fuente: Van- Tir

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

CUADRO N°. 39 Tiempo recuperación de la inversión

Periodos (Años)	Saldo inversión	Flujo de Caja	Rentabilidad exigida	Recuperación Inversión
1	\$ 6.591,12	\$ 2.918,93	\$ 790,93	\$ 2.127,99
2	\$ 4.463,13	\$ 3.111,09	\$ 535,58	\$ 2.575,52
3	\$ 1.887,61	\$ 2.526,95	\$ 226,51	\$ 2.300,43
4	\$ (412,82)	\$ 3.490,45	\$ (49,54)	\$ 3.539,99
5	\$ (3.952,81)	\$ 3.225,42	\$ (474,34)	\$ 3.699,76
6	\$ (7.652,57)	\$ 5.313,08	\$ (918,31)	\$ 6.231,39

Fuente: Tiempo recuperación de la inversión

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

De acuerdo en payback se recupera la inversión en el periodo de tres años

Como se pudo observar en el primer presupuesto fue un cálculo sencillo donde solo se presentó las ventas y egresos de las socias, en cambio en el segundo presupuesto se determinó las maquinarias a utilizar, el capital de trabajo, el préstamo y los intereses necesarios para poder cubrir con los gastos.

Incrementando maquinarias se obtendrá como beneficio el incremento las ventas y los ingresos que cada una de las socias necesitan para ayudar económicamente a sus familiares y poder siendo el pilar fundamental.

CONCLUSIONES

✚ La formalización propuesta por medio de la asociatividad es de vital importancia para las artesanas en hilo tengan su propia identidad y puedan acceder a los beneficios y ayuda que el gobierno brinda a las asociaciones.

✚ La implementación de estrategias asociativas de marketing propuestas son: De precio, de promoción, de producto y de plaza que ayudan al mejoramiento del nivel de ventas para las artesanas en hilo de la asociación “Tejidos San Vicente”.

La estrategia intensiva de producto consiste en la diversificación y creación de nuevas artesanías en hilo, como son nuevos modelos de cartera y la elaboración de ropa de bebe, esto ayuda a que las artesanas puedan desarrollar nuevas habilidades con el hilo.

Las estrategias “Alto valor” de precio para las artesanas de la asociación “Tejidos San Vicente” se aplicará porque la calidad de las artesanías son altas y los precios medios, es por eso que se utiliza esta estrategia.

La estrategia extensiva de plaza se debe utilizar porque se desea ingresar a mercados que ya están posicionados sean o no en la misma rama comercia. Estrategia push de promoción se aplicará debido a que se motiva al punto de venta con diferentes medios publicitarios donde se den a conocer las artesanías y se utilizará promociones para captar nuevos clientes.

✚ Además se utiliza la estrategia de capacitación que consiste en brindar a las socias charlas con temas importantes que ayudan a que pongan en práctica en sus actividades.

✚ Dentro del estudio financiero se realizó dos tipos de presupuesto, uno que es sin asociatividad y otro que es con asociatividad donde se encuentran todos los indicadores para que la asociación pueda tener utilidades que sean rentables para todas las integrantes y de esta manera contribuye al mejoramiento de los niveles de vida.

RECOMENDACIONES

- ✚ Se recomienda que las artesanas en hilo de la comuna San Vicente concluya con los trámites que están por finalizarse para que estén legalmente constituidos y de esta manera se logre reconocer por personas que desconocían de dicha asociación.
- ✚ Aplicar de manera adecuada las estrategias que se encuentran en la propuesta para que de esta manera se mejore la comercialización y se logre expender sus artesanías en el mercado actual.
- ✚ Las artesanas apliquen de manera adecuada cada uno de los temas tratados en las capacitaciones para que puedan corregir las falencias que poseen al momento de la comercialización de los productos, y en otros aspectos que son de gran importancia para ellas.
- ✚ Aplicar los indicadores que están dentro del presupuesto de asociatividad para que sus utilidades sean rentables y que las socias puedan gozar de dichas ganancias y poder solventar con los gastos que cada una de ellas tienen en sus familias.

BIBLIOGRAFÍA

- Agueda Esteban, T. (2008). Promociones de ventas. En T. Agueda Esteban, *Principios del marketing* (pág. 734). España: Tercera edición, ESIC Editorial.
- Alberto, W. (1997). En W. Alberto, *Políticas de negocios, Estrategias de marketing para negocios competitivos*. Buenos Aires: Macchi Grupo Editor S.A.
- Arias, F. G. (2006). Proyecto de la investigación Introducción a la metodología científica. En F. G. Arias, *Proyecto de la investigación Introducción a la metodología científica* (pág. 81). Caracas - Venezuela: Quinta edición, Editorial Episteme.
- Asamblea Nacional Constituyente, 2. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Quito.
- Asamblea nacional Constituyente, 2. (2013). *Plan nacional del buen vivir*. Quito.
- Diario el tiempo. (30 de Julio de 2014). Artesanias.
- Fernando, N. (2003). *Estrategias de marketing ferial*. España: ESIC editorial.
- Gerencia y negocio en HispanoAmerica, 2. (2001). *Definición de ventas*. Obtenido de Definición de ventas: <http://www.degerencia.com/tema/ventas>
- Gómez H Dina, L. (25 de Mayo de 2011). *Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso*. Obtenido de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_47/an%C3%A1lisis/asociatividad_empresa.pdf
- González Rodrigo, 2. (2008). *Asociatividad empresarial y apropiacion de la cadena productiva como factres que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el 6 de Octubre de

2012, de http://www.pa.gob.mx/publica/rev_47/an%C3%A1lisis/asociatividad_empresarial.pdf

- Hernández - Fernández & Baptista, 2. (2006). *Metodología de la investigación*. México Mc Graw - Hill Interamericana.
- Hernández - Fernández y Baptista, 2. (2010). Metodología de la investigación. En *Metodología de la investigación* (pág. 191). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- IEPS. (2011). *Ley de economía popular y solidaria del sector financiero*. Quito.
- Kotler & Armstrong, 2. (2008). Fundamentos del marketing. En 2. Kotler & Armstrong, *Fundamentos del marketing* (pág. 264). Mexico: Pearson Educación de México.
- Madero, E. d. (2003). *Estrategias de ventas y negociación*. México: Panorama editorial .
- Maratuech Walter, 2. (26 de Julio de 2009). *Características de la Asociatividad*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de
- Mendez, C. E. (2006). *Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Limusa Noriega Editores.
- Moreira Jose L, R. A. (2012). *Estrategias de marketing, un enfoque basado en el proceso de dirección* . España: Segunda edición, ESIC editorial.
- Morles, V. (7 de Abril de 2011). *Metodología de la Investigación*. Recuperado el 9 de Agosto de 2013, de <http://tecnologiasenlaead.blogspot.com/>
- Nicolas, R. A. (2010). *El precio, clave de rentabilidad*. Bogota: Editorial Planeta Colombiana.
- Pallares Zoilo, 2. (2003). *Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el 5 de Octubre de 2012

- Porter, M. (2009). *Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un Desempeño Superior*. Argentina: Tree Free Press a Division of Macmillan. Inc. Rei Argentina, S.A. Moreno 3362, Buenos Aires.
- Riffo Cristian M, 2. (2010). *Asociatividad: Una Solución Moderna Para Enfrentar Este Mundo Globalizado*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2012, de http://apc.ubiobio.cl/noticias/view_vistas.shtml?cmd%5B18%5D=i-26-4b5af8a28b7fe0fcea1ec7d92947a414#top
- Rodriguez Juan C, (2008). *Asociatividad*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Asociatividad%2020080912.pdf
- Thompson Ivan, 2. (Septiembre de 2011). *Definición de Encuesta*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Torres, J. V. (2005). *Diccionario historico peninsular* . Santa Elena.
- tvecu. (enero de 2014). *tvecu.com Comunidad Ecuatoriana*. Obtenido de <http://tvecu.com/artesantias-de-ecuador>.

ANEXOS

ANEXO A. Acta de compromiso

“ASOCIACIÓN TEJIDOS SAN VICENTE”



San Vicente 25 De Noviembre Del 2012

**ING. MERCEDES FREIRE RENDÓN MSC
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE
EN SU DESPACHO**

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo, nuestro comunicado es para informarle que la estudiante **JÉSSICA BETZABETH FLORES REYES** de la portadora de C.I 0928412642 egresada de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de La Carrera De Ingeniería En Desarrollo Empresarial está desarrollando su tesis con respeto a la actividad que nosotros realizamos y el tema es el siguiente **“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS ARTESANAS EN HILO DE LA ASOCIACIÓN TEJIDOS SAN VICENTE”**, se brindara toda la información para que el proyecto cumpla de manera correcta con todas las actividades que sean necesarias.

Por la atención brindada se le agradece, deseándole éxito en sus labores.

Atentamente,

SRA. FLERIDA SUSANA SUAREZ REYES

C.I: 0906617402

ANEXO B. Guía de observación.

“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS MUJERES ARTESANAS DE LA ASOCIACIÓN “TEJIDOS SAN VICENTE” DE LA COMUNA SAN VICENTE PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015”	
FICHA DE OBSERVACIÓN	
CANTÓN:	
PROVINCIA:	
COMUNA:	
HORA: DESDE: _____ HASTA: _____	DÍA:
DETALLE DE LA OBSERVACIÓN:	
NOTAS:	EVIDENCIA

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

ANEXO C. Guía de pauta.

Presentación:

Buenos días, me llamo Jessica Flores Reyes estaré conversando con ustedes sobre las artesanías que realizan, además de los problemas que presentan para poder obtener información importante y continuar con la investigación. Por la atención que me van a brindar quedo muy agradecida.

Presentación de los participantes:

Antes de empezar con la conversación, serían amables en presentarse cada uno de ustedes.

¿Qué actividades les gusta realizar el fin de semana?

Temas sobre sus artesanías:

¿Qué productos elaboran?

¿Desde qué tiempo realizan estos productos?

¿En qué tamaño realiza los productos?

¿Cómo son las ventas de sus artesanías?

¿Qué precio tiene cada producto?

Problemas que presentan:

¿Cuál es el principal problema que presentan?

¿A qué se debe el problema?

¿Qué consecuencias trae el problema?

Posibles soluciones:

¿Para ustedes cuál cree que sería la solución?

¿Por qué cree que es la mejor solución?

Sobre su FODA:

¿Cuáles consideran como sus fortalezas?

¿Cuáles consideran como sus oportunidades?

¿Cuáles consideran como sus debilidades?

¿Cuáles consideran como sus amenazas?

Fuente: Guía de pauta

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

ANEXO D. Ficha entrevista a expertos.



Universidad Estatal Península De Santa Elena
Facultad de Ciencias Administrativas
Carrera de Ingeniería en Desarrollo
Empresarial



GUÍA ENTREVISTA A EXPERTOS

NOMBRE:..... COMUNIDAD:.....
DIRECCIÓN:..... TELÉFONO:.....
PROFESIÓN:..... ACTIVIDAD:.....
EDAD:AÑOS SEXO: HOMBRE MUJER
ENTREVISTADOR:..... FECHA:.....

Buenos tardes soy Jessica Flores Reyes estudiantes de la Carrera Ingeniería en Desarrollo Empresarial de la UPSE y me encuentro conversando con personas como Usted sobre importantes temas que es de mucha utilidad para poder desarrollar de manera eficiente nuestra tesis. Desde ya agradezco su atención.

1. Qué actividad realizó durante este fin de semana.

- Ir de compras
- Ir a pasear en familia
- Ir de viajes
- Otros _____

2. ¿Cómo describe la situación del sector artesanal dentro de la provincia de Santa Elena?

3. ¿Cuáles son las principales artesanías que se elaboran dentro de la provincia de Santa Elena?

4. En su opinión ¿Qué aspectos deberían mejorar las artesanías en la provincia de Santa Elena?

5. ¿Qué conoce Ud. sobre las artesanías que se elaboran dentro de la comuna San Vicente?

6. ¿Cómo evalúa Ud. el proceso de comercialización de las artesanías de la comuna San Vicente?

7. **¿Cómo considera Ud. Que aportan las ventas de las artesanías para el desarrollo de la comuna San Vicente?**

8. **¿Qué estrategias recomendaría para aumentar las ventas las artesanías de la comuna San Vicente?**

9. **¿Qué opina ud sobre la implementación de un plan de asociatividad como herramienta para el fortalecimiento de las ventas en las artesanías de la comuna San Vicente?**

10. **¿Qué ventajas o desventajas tendría la implementación de un plan de asociatividad en las artesanías de la comuna San Vicente?**

11. **¿Cómo considera el trabajo en equipo dentro de una asociación?**

12. **¿A qué Institución cree Ud. Que le corresponde impulsar las artesanías en hilo que se elabora en la comuna San Vicente?**

13. **¿Qué medios serían los más convenientes para realizar la publicidad de las artesanías?**

14. **¿Si Ud. estuviera al frente del Ministerio de Productividad, que acciones haría para posicionar las artesanías que se elabora en la comuna San Vicente?**

15. **¿Qué recomendaciones daría usted a la asociación en cuanto a la comercialización, para mejorar su nivel de ventas?**

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Fuente: Ficha entrevista a expertos
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

ANEXO E. Ficha encuesta clientes

<p>UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL</p>	
<p>ENCUESTA CLIENTES</p>	
<p>Buenos días/tardes, soy egresada de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy realizando una encuesta sobre los productos que se elaboran en la Comuna San Vicente Por favor, concédame unos minutos de su tiempo ya que su opinión es muy valiosa e importante.</p>	
<p>Edad</p> <ul style="list-style-type: none"> • 18-24 <input type="checkbox"/> • 25-34 <input type="checkbox"/> • 35-44 <input type="checkbox"/> • 45-60 <input type="checkbox"/> 	
<p>Estado civil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soltera <input type="checkbox"/> • Casada <input type="checkbox"/> 	
<p>Ocupación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ama de Casa <input type="checkbox"/> • Trabajadora <input type="checkbox"/> • Estudiante <input type="checkbox"/> 	
<p>1. ¿Cuáles de los siguientes productos ha adquirido alguna vez?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carteras <input type="checkbox"/> • Ropa de vestir <input type="checkbox"/> • Bisutería <input type="checkbox"/> <p>Bien, ahora vamos a hablar de las cartetas</p>	
<p>2. ¿Con que frecuencia compra carteras?</p> <ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 7 días <input type="checkbox"/> • De 8 a 15 días <input type="checkbox"/> • De 16 a 30 días <input type="checkbox"/> • 31 a 59 días <input type="checkbox"/> • 60 días en adelante <input type="checkbox"/> 	
<p>3. ¿En qué tamaño ud las adquiere?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grande <input type="checkbox"/> • Mediana <input type="checkbox"/> • Pequeñas <input type="checkbox"/> 	
<p>4. ¿De qué manera compra las carteras?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por intermediario <input type="checkbox"/> • Personalmente <input type="checkbox"/> 	
<p>5. ¿Qué precio normalmente paga por una cartera?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hasta \$10 dólares <input type="checkbox"/> • De \$11 a \$15 dólares <input type="checkbox"/> • De \$16 a \$20 dólares <input type="checkbox"/> • De \$21 a \$50 dólares <input type="checkbox"/> • De \$51 en adelante <input type="checkbox"/> 	
<p>6. ¿Cómo considera usted los actuales precios de las carteras?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altos <input type="checkbox"/> • Muy altos <input type="checkbox"/> • Medios <input type="checkbox"/> • Bajos <input type="checkbox"/> 	
<p>7. ¿Cómo considera ud que es la calidad de las carteras?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy buena <input type="checkbox"/> • Buena <input type="checkbox"/> • Regular <input type="checkbox"/> • Mala <input type="checkbox"/> • Muy mala <input type="checkbox"/> 	

Fuente: Ficha encuesta clientes

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

8. De los siguientes materiales cual considera el primer, segundo, tercer y cuarto lugar para realizar artesanías

OPCIONES	1	2	3	4
Paja toquilla				
Hilo				
Madera				
Tagua				

9. ¿Cómo considera ud que se encuentra la organización de las asociaciones?

- Muy organizadas
- Poco organizadas
- Nada organizadas

10. ¿Cómo considera el apoyo que reciben las artesanas?

- Alto
- Medio
- Bajo

11. Según su criterio cual considera que es el primer lugar, segundo lugar, tercer lugar y cuarto lugar de los aspectos que deberían mejorar las artesanas

OPCIONES	1	2	3	4
Atención al cliente				
Forma de comercialización				
Calidad de los productos				
Modelos de artesanías				

12. ¿Qué tan eficiente es la comercialización de las carteras?

- Muy eficiente
- Eficiente
- Poco eficiente
- Nada eficiente

13. ¿Qué tan conocidas son las carteras en hilo?

- Muy reconocidas
- reconocidas
- Poco reconocidas
- Nada reconocidas

14. ¿Qué tan de acuerdo estaría con la implementación de un plan de asociatividad dentro de la Asociación Tejidos San Vicente?

- Totalmente de Acuerdo
- De Acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente Desacuerdo

15. De las siguientes opciones cuál cree ud que es el primer lugar, segundo lugar, tercer lugar, cuarto lugar, quinto lugar y sexto lugar de los beneficios que puede considerar la implementación de un plan de asociatividad.

OPCIONES	1	2	3	4	5	6
Fomentar trabajo en equipo						
Artesanas logran reconocimiento						
Aportan a la comunidad						
Mejor el nivel organizacional						
Mejorar el nivel de ventas						
Mejorar productividad						

Fuente: Ficha encuesta clientes
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

16. Según su criterio cual sería las principales desventajas del plan de asociatividad, en primer lugar, en segundo lugar y en tercer lugar

OPCIONES	1	2	3
Falta de capital			
Poca adaptación de las artesanías			
Poco apoyo institucional			

17. Cuál de las siguientes instituciones cree ud que debería impulsar las artesanías que se elaboran dentro de la Provincia?

- MIES
- MIPRO
- UPSE
- Empresas Privadas

18. ¿Cuál de las siguientes acciones recomendaría para posicionar las carteras en hilo?

- Capacitación a las artesanas
- Crear programas de emprendimiento empresarial
- Organizar ferias

19. A través de qué medios podrían anunciarse este producto para que tenga mayor reconocimiento.

- Publicidad por TV
- Radio
- Hojas Volantes
- Redes Sociales
- Páginas web
- Otros _____

Fuente: Ficha encuesta clientes
 Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

ANEXO F. Ficha encuesta artesanas

<p>UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL</p> 	
<p>ENCUESTAS ARTESANAS</p> <p>Buenos días/tardes, soy egresada de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estoy realizando una encuesta a las mujeres artesanas de la Comuna San Vicente Por favor, concédame unos minutos de su tiempo ya que su opinión es muy valiosa e importante.</p>	
<p>Edad</p> <ul style="list-style-type: none"> • 18-24 <input type="checkbox"/> • 25-34 <input type="checkbox"/> • 35-44 <input type="checkbox"/> • 45-60 <input type="checkbox"/> 	
<p>Estado civil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soltera <input type="checkbox"/> • Casada <input type="checkbox"/> 	
<p>Ocupacion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ama de Casa <input type="checkbox"/> • Trabajadora <input type="checkbox"/> • Estudiante <input type="checkbox"/> 	
<p>1. ¿Qué artesanías ud realiza?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carteras <input type="checkbox"/> • Ropa de vestir <input type="checkbox"/> • bisuteria <input type="checkbox"/> 	
<p>2. Desde cuando realiza este producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hace 1 año a 2 años <input type="checkbox"/> • Hace 6 meses a 3 meses <input type="checkbox"/> • Hace 2 meses a 1 mes <input type="checkbox"/> 	
<p>3. ¿Cada cuántos días elabora sus productos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 a 7 días <input type="checkbox"/> • 8 a 15 días <input type="checkbox"/> • 16 a 30 días <input type="checkbox"/> • 31 o más días <input type="checkbox"/> 	
<p>4. En qué tamaño ud realiza ese producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grande <input type="checkbox"/> • Mediana <input type="checkbox"/> • Pequeñas <input type="checkbox"/> 	
<p>5. De qué manera ud vende el producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por intermediario <input type="checkbox"/> • Personalmente <input type="checkbox"/> 	
<p>6. Qué valor cobra ud por el producto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hasta \$10 dolares <input type="checkbox"/> • De \$11 a \$15 dolares <input type="checkbox"/> • De \$16 a \$20 dolares <input type="checkbox"/> • De \$21 a \$50 dolares <input type="checkbox"/> • De \$51 en adelante <input type="checkbox"/> 	
<p>7. Como considera que son los precios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altos <input type="checkbox"/> • Muy altos <input type="checkbox"/> • Medios <input type="checkbox"/> • Bajos <input type="checkbox"/> 	
<p>8. Según ud como considera la calidad de las carteras</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy buena <input type="checkbox"/> • Buena <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 	

Fuente: Ficha encuesta artesanas
 Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

- Regular
- Mala
- Muy mala

9. Que tan rentable es la comercialización de las artesanías.

- Muy rentable
- Rentable
- Poco rentable
- Nada rentable

10. Como considera ud que se encuentra la organización de las asociaciones

- Muy organizadas
- Poco organizadas
- Nada organizadas

11. Como considera el apoyo que reciben las artesanías.

- Alto
- Medio
- Bajo

12. De las siguientes opciones cual considera el primer, segundo, tercer y cuarto lugar para las principales artesanías

OPCIONES	1	2	3	4
Paja toquilla				
Hilo				

Madera				
Tagua				

13. Según su criterio cual considera que es el primer lugar, segundo lugar, tercer lugar y cuarto lugar de los aspectos que deberían mejorar las artesanías

OPCIONES	1	2	3	4
Atención al cliente				
Forma de comercialización				
Calidad de los productos				
Modelos de artesanías				

14. Que tan eficiente cree ud que es la forma de comercialización

- Muy eficiente
- Eficiente
- Poco eficiente
- Nada eficiente

15. Que tan reconocidas son las artesanías que ud elabora

- Muy reconocidas
- reconocidas
- Poco reconocida
- Nada reconocidas

16. ¿Qué tan de acuerdo estaria con la implementación de un plan de asociatividad dentro de de la Asociación Tejidos San Vicente?

- Totalmente de Acuerdo
- De Acuerdo
- Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- Desacuerdo
- Totalmente Desacuerdo

Fuente: Ficha encuesta artesanías

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

17. De las siguientes opciones cual cree ud que es el primer lugar, segundo lugar, tercer lugar, cuarto lugar, quinto lugar y sexto lugar de los beneficios que puede considerar la implementación de un plan de asociatividad.

OPCIONES	1	2	3	4	5	6
Fomentar trabajo en equipo						
Artesanas logran reconocimiento						
Aportan a la comunidad						
Mejor el nivel organizacional						
Mejorar el nivel de ventas						
Mejorar productividad						

18. Según su criterio cual seria el primer lugar, el segundo lugar y tercer lugar de las siguientes desventajas del plan de asociatividad

OPCIONES	1	2	3
Falta de capital			
Poca adaptación de las artesanas			
Poco apoyo institucional			

19. Cual de las siguientes instituciones cree ud que debería implusar las artesamias que se elaboran dentro de la Provincia,

- MIES
- MIPRO
- UPSE
- Empresas Privadas

20. Cual de las siguientes acciones recomendaría para posicionar las artesanías

- Capacitación a las artesanas
- Crear programas de emprendimiento empresarial
- Organizar ferias

21. A través de quE medioS prodía anunciarse este producto para que tenga mayor recocimiento.

- Publicidad por TV
- Radio
- Hojas Volantes
- Redes Sociales
- Paguinias web
- Otros _____

Fuente: Ficha encuesta artesanas
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

ANEXO G. Reserva de denominación

San Vicente, 28 de Mayo del 2014

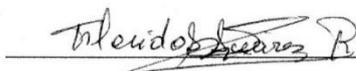
Señor
Hugo Jácome Estrella
SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA
Presente;

De mis consideraciones;

Yo FLERIDA SUAREZ REYES, con No. C.I. 0906617402 solicito a Ud. me realice los trámites pertinentes para poder realizar la reserva de denominación en el IEPS de la Provincia de Santa Elena, ya que por mi falta de tiempo no podría ir a realizarlos en la Provincia Del Guayas.

Por su atención prestada quedo con Ud. muy agradecido.

Atentamente,



FLERIDA SUAREZ REYES

C.I: 0906617402



Fuente: Reserva de denominación
Elaborado por: Sra. Flerida Suarez

SOLICITUD DE RESERVA DE DENOMINACIÓN

San Vicente, 28 de Mayo del 2014

Señor

Hugo Jácome Estrella

SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Presente.-

De mis consideraciones:

Yo, FLERIDA SUAREZ REYES con cédula de identidad No. 0906617402 en calidad de Presidente Provisional, dentro del proceso de obtención de personalidad jurídica de asociaciones y cooperativas de la EPS, de conformidad a lo establecido en el Art.4 del Reglamento a la LOEPS, solicito se efectuó la reserva de una de las siguientes denominaciones, conforme al siguiente orden de preferencia.

(*Coloque el nombre de preferencia más alta en 1)

DENOMINACION	Traduzca al castellano en caso de denotaciones en idioma kickwa y/o shuar y/o idiomas ancestrales
1. "ASOCIACIÓN TEJIDOS DE SAN VICENTE"	_____
2. ASOCIACIÓN DE TEJIDO EN HILO "MUJERES EMPRENDEDORAS DE SAN VICENTE"	_____
3. ASOCIACION "MUJERES LIDERES EN TEJIDO SAN VICENTE"	_____

DATOS DEL SOLICITANTE:

Dirección: SAN VICENTE

Número de teléfono: 0990037751

Correo electrónico: Vilin_medina_07@hotmail.com




FLERIDA SUAREZ REYES
C.I No. 0906617402

Fuente: Reserva de denominación
Elaborado por: Sra. Flerida Suarez

ANEXO H. Filosofía empresarial de la Asociación Tejidos San Vicente

“ASOCIACIÓN TEJIDOS SAN VICENTE”



San Vicente 20 de Septiembre del 2013

FILOSOFÍA EMPRESARIAL

Misión, Visión y Valores Corporativos

Siendo las 13:00 pm del día 20 de Septiembre del año 2013 con las socias se realizo la reunión para formar la misión, visión y los valores corporativos de la asociación Tejidos San Vicente, a continuación se detalla cada uno de los puntos.

- ↳ **Misión.-** Ofrecer artesanías que cumplan con las exigencias del mercado actual a través de la innovación de nuestros productos aportando al progreso de cada de las socias.

- ↳ **Visión.-** Liderar el mercado de las artesanías en hilo mediante la innovación y calidad de los productos fortaleciendo la unión de sus socios, y ser competitivos en el mercado artesanal.

- ↳ **Valores Corporativos.-** La asociación “TEJIDOS SAN VICENTE” tendrá como valores que ayudaran al desarrollo correcta de sus actividades a continuación se muestra los valores que poseerá la asociación:
 - **RESPONSABILIDAD:** realizar las cosas de manera eficiente, de tal forma que nunca se perjudique a la asociación

 - **PUNTUALIDAD:** Disciplina de cumplir a tiempo los compromisos de la asociación.

 - **LEALTAD:** Actuar con respeto, fidelidad, y sentido de pertenencia

Fuente: Filosofía empresarial Asociación Tejidos San Vicente

Elaborado por: Sra. Florida Suarez

“ASOCIACIÓN TEJIDOS SAN VICENTE”



- COOPERACION Y AYUDA MUTUA: Enmarcar el trabajo en equipo y plantear la importancia de la coordinación y el conocimiento de las actividades de nuestros asociados para brindar un servicio a la medida de sus necesidades.
- RESPETO: Actuar reconociendo los derechos y la dignidad de las personas
- HONESTIDAD: Actuar con la verdad, honradez y total transparencia. Buscar, aceptar y decir la verdad, respetando los derechos y bienes de las personas.
- EQUIDAD: Brindar bienestar a las personas de acuerdo a sus necesidades y capacidades.
- COMPROMISO: Surge de la convicción en torno a los beneficios que trae el desempeño responsable de las tareas. El Compromiso permite pasar de las promesas a los hechos, generando resultados y beneficio. Asumir el reto permanente de atender los requerimientos internos y externos de manera oportuna y eficaz.

PRESIDENTA: SRA. FLERIDA SUSANA SUAREZ REYES

C.I: 0906617402

Fuente: Filosofía empresarial Asociación Tejidos San Vicente
Elaborado por: Sra. Flerida Suarez

ANEXO I. Conformación de la directiva de la Asociación Tejidos San Vicente

“ASOCIACIÓN TEJIDOS SAN VICENTE”



San Vicente 3 de Septiembre del 2013

CONFORMACIÓN DE LA DIRECTIVA PROVISIONAL

Siendo las 15:00 pm del día 3 de Septiembre del año 2013 con 20 personas de la asociación se hace la reunión para formar la directiva provisional de la asociación donde se determinó que sera de la siguiente manera:

PRESIDENTA:	Flerida Suarez Reyes	C.I.:	0906617402
VICE-PRESIDENTE:	Verónica Suarez Reyes	C.I.:	0914422001
SECRETARIA:	Arminda Rodríguez	C.I.:	0909528770
TESORERA:	Ángela Medina Reyes	C.I.:	0911945004
PRIMER VOCAL PRINCIPAL:	Silvia Cochea Reyes	C.I.:	0928350628
SEGUNDO VOCAL PRINCIPAL:	Roció Suarez S.	C.I.:	0914442967
TERCER VOCAL PRINCIPAL:	Lady Tomalá	C.I.:	0928862788
PRIMER VOCAL SUPLENTE:	Vanessa Suarez M.	C.I.:	2400010688
SEGUNDO VOCAL SUPLENTE:	Sonia Del Pezo T.	C.I.:	0910150440
TERCER VOCAL SUPLENTE:	Elizabeth Suarez S.	C.I.:	0928703636

SRA. FLERIDA SUSANA SUAREZ REYES

C.I: 0906617402

Fuente: Conformación directiva provisional
Elaborado por: Sra. Flerida Suarez

ANEXO J. Análisis FODA de la asociación

“ASOCIACIÓN TEJIDOS SAN VICENTE”



San Vicente 15 de Julio del 2013

ANÁLISIS FODA

En esta reunión se pudo determinar cuales son nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenaza de nuestra asociación, siendo las 18:00 pm del día 15 de Julio del año 2013 con todas las integrantes a continuación se detalla cada una de ellas.

FORTALEZAS

- Mano de obra disponible
- Habilidades y destrezas en las artesanas
- Producto de calidad
- Creatividad en la elaboración de los productos

OPORTUNIDADES

- Apoyo de crédito financiero
- Exportación de los productos
- Alianza con mercados posicionados

DEBILIDADES

- Limitado vínculo con entidades de apoyo de económico-financiero
- Deficiente organización entre las mujeres
- Desconocimientos tecnológicos

AMENAZAS

- Desconocimiento de las actividades artesanal de la comuna
- Competencia

PRESIDENTA: SRA. FLERIDA SUSANA SUAREZ REYES

C.I: 0906617402

Fuente: Análisis FODA
Elaborado por: Sra. Flerida Suarez

ANEXO K. Lista de socias

N°	NOMBRES	NÚMERO CEDULA
1.	Flerida Suárez Reyes	0906617402
2.	Verónica Suárez Reyes	0914422001
3.	Arminda Rodríguez	0909528770
4.	Ángela Medina Reyes	0911945004
5.	Silvia Cochea Reyes	0928350628
6.	Roció Suárez S.	0914442967
7.	Lady Tomalá	0928862788
8.	Vanessa Suárez M.	2400010688
9.	Sonia Del Pezo T.	0910150440
10.	Elizabeth Suárez S.	0928703636
11.	Consuelo Medina Reyes	0912864436
12.	Gladys Borbor	0922434790
13.	Joselyn Reyes	0927515213
14.	Zoraida Suárez	0928703644
15.	Cristina Isabel S	0910830348
16.	Raquel Medina	0913982633
17.	Rosa Borbor	0908117017
18.	Elvia Tomalá	0911289122
19.	Ketty Suárez	0920217213
20.	Dominga Alejandro	0916562838

Fuente: Lista socias

Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO GALERIA

FOTO N° 1 Ejemplo de asociatividad en el Ecuador



Fuente: Diario El Tiempo
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO N° 2 Dispensario médico comuna San Vicente



Fuente: Comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO N° 3 Escuela de la comuna San Vicente



Fuente: Comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO N° 4 Jardín de la comuna San Vicente



Fuente: Comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO N° 5 Iglesia de la comuna San Vicente



Fuente: Comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO N° 6 Casa comunal de San Vicente



Fuente: Comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO N° 7 Investigación acción participante



Fuente: Comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO N° 8 Modelo cartera en hilo artesananas comuna San Vicente



Fuente: Comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO N° 9 Entrevista



Fuente: CFN
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes

FOTO N° 10 Encuesta



Fuente: Comuna San Vicente
Elaborado por: Jéssica Flores Reyes