



# **UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES ARTESANAS AUTÓNOMAS 'A.M.A.D.O.M.' DE LA COMUNA DOS MANGAS, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013-2017”.**

## **TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA: MARÍA LILIBETH PILLASAGUA LOOR**

**TUTOR: LCDO. EDUARDO PICO GUTIÉRREZ, MSc.**

**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2013**



**UNIVERSIDAD ESTATAL  
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES ARTESANAS AUTÓNOMAS 'A.M.A.D.O.M.' DE LA COMUNA DOS MANGAS, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013-2017”.

**TESIS DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: MARÍA LILIBETH PILLASAGUA LOOR

TUTOR: LCDO. EDUARDO PICO GUTIÉRREZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**La Libertad, 1 de Noviembre del 2012**

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, **“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES ARTESANAS AUTÓNOMAS ‘A.M.A.D.O.M.’ DE LA COMUNA DOS MANGAS, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013-2017”**, elaborado por la Srta. María Lilibeth Pillasagua Loor, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente**

.....  
**LCDO. EDUARDO PICO GUTIÉRREZ, MSC.**  
**TUTOR**

## **DEDICATORIA**

*Dedico mi esfuerzo a mi papa Dios por cada una de sus bendiciones, por darme amor, salud y fortaleza en todo momento de mi vida, dándome la sabiduría de ver en cada final un nuevo comienzo, una nueva oportunidad.*

*A mis padres: MSc Astolfo Pillasagua Guerra y Sra. Nelly Loor Peso por su motivación constante al logro de mis metas, ejemplos de superación y perseverancia guiaron mi vida personal y profesional. A Javier González quien estuvo a mi lado en el trayecto universitario me brindó su apoyo incondicional. A mi hermano y amigos que siempre estuvieron pendientes y dispuestos ayudarme en todo momento.*

***María Lilibeth Pillasagua Loor.***

## **AGRADECIMIENTO**

*Este proyecto, están dedicados a mi Dios por ser el guía de mi vida, a mi familia, amigos y a todas aquellas personas que de alguna forma, son parte de su culminación. A la Universidad Estatal Península de Santa Elena, quien abrió sus puertas para prepararme en sus aulas como profesional. Al Lcdo. Eduardo Pico MSc. por ser un excelente tutor para direccionarme en la realización de la tesis. A mis profesores de aula por compartir sus conocimientos. A todos quienes desde que inicie esta etapa estudiantil universitaria, forjaron una joven preparada para enfrentar los retos del día a día Gracias a todos por brindarme siempre su apoyo.*

***María Lilibeth Pillasagua Loor.***

## **TRIBUNAL DE GRADO**

---

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

---

Econ. Pedro Aquino Caiche, MSc  
DIRECTOR DE ESCUELA

---

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.  
PROFESOR-TUTOR

---

Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MBA  
PROFESOR DEL ÁREA

---

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



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

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES ARTESANAS AUTÓNOMAS ‘A.M.A.D.O.M.’ DE LA COMUNA DOS MANGAS, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013-2017”.**

**Autora:** María Lilibeth Pillasagua Loor

**Tutor:** Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

## **RESUMEN**

La presente tesis tiene como propuesta un Plan Estratégico para mejorar la gestión administrativa de la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas ‘A.M.A.D.O.M.’ de la comuna Dos Mangas, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, 2013-2017”. El problema radica en la escases de una planificación estratégica en la Asociación, provocando un desnivel en su actividad comercial y productiva, lo que repercute en su posición dentro del mercado, sometidos ante una competencia dominante. Tuvieron una época de exportación, que descendió por factores externos como el atentado a las torres gemelas en EEUU, no pudieron buscar alternativas estratégicas para mantenerse en aquella línea comercial, luego se legalizaron y hasta la actualidad han presentado un bajo rendimiento en sus resultados, siendo poco representativos para que se justifiquen sus años como Asociación, para ello se busca inducir un plan estratégico que solidifique las gestiones administrativas, creando una estructura organizacional, un enfoque estratégico, motivación laboral, preparación empresarial, escenarios de contingencia, con la finalidad de fomentar artesanas emprendedoras y visionarias, aportando también al crecimiento de la Comunidad. La metodología del trabajo centraliza el diseño, modalidad, tipo, métodos, técnicas e instrumentos de investigación, donde se recolecto información mediante una observación directa, entrevista y una encuesta dirigida a las artesanas involucradas. Siendo un proyecto viable que fomenta un crecimiento económico y social.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA.....	I
PROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
TRIBUNAL DE GRADO.....	vi
RESUMEN .....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xix
INTRODUCCIÓN .....	1
MARCO CONTEXTUAL.....	1
1. Tema .....	3
2. Problema de investigación .....	3
2.1 Formulación del problema .....	9
2.2 Sistematización del problema .....	9
3. Justificación del tema.....	10
3.1 Justificación Teórica .....	10
3.2 Justificación Metodológica .....	11
3.3 Justificación Práctica.....	13
4. OBJETIVOS .....	15
4.1 Objetivo general.....	15
4.2 Objetivos específicos .....	15
5.1 Hipótesis .....	16
5.2 Variables .....	16
5.2.1 Variable independiente .....	16
5.2.2 Variable dependiente .....	16
5.3 Operacionalización de las variables.....	16

	<b>Pág.</b>
CAPÍTULO I .....	19
MARCO TEÓRICO.....	19
1.1 Antecedentes del tema .....	19
1.2 El plan estratégico.....	21
1.2.1 Definición e importancia de la planeación.....	21
1.2.1.1 Definición de la planeación .....	21
1.2.1.2 Importancia de la Planeación.....	21
1.2.2 ¿Qué es la planeación estratégica?.....	23
1.2.3 Importancia de la planificación estratégica.....	24
1.2.4 Principios básicos de la planeación estratégica.....	24
1.2.4.1 Principio de racionalidad .....	24
1.2.4.2 Principio de la precisión .....	25
1.2.4.3 Principio de flexibilidad.....	25
1.2.4.4 Principio de la unidad .....	25
1.2.4.5 Principio de factibilidad .....	25
1.2.4.6 Principio de compromiso .....	25
1.2.4.7 Principio limitante.....	26
1.2.5 ¿Qué es un plan estratégico?.....	26
1.2.6 La importancia del plan estratégico .....	27
1.2.7 Para qué sirve el plan estratégico .....	27
1.2.8 Modelos del plan estratégico.....	29
1.2.9 Elementos del plan estratégico.....	31
1.2.9.1 Filosofía.....	31
1.2.9.2 Misión .....	31
1.2.9.3 Visión.....	32
1.2.9.4 Objetivos y metas .....	32
1.2.9.5 Valores .....	34
1.2.9.6 Análisis estratégico F.O.D.A – D.A.F.O .....	34

	<b>Pág.</b>
1.2.9.7 Estrategias.....	36
1.2.9.7.1 Estrategias de liderazgo en costos.....	36
1.2.9.7.2 Estrategia de diferenciación. ....	37
1.2.9.8 Cursos de acción .....	37
1.2.9.9 Políticas .....	37
1.2.9.10 Programas .....	38
1.2.9.11. Proyectos .....	38
1.2.9.12. Procedimientos.....	39
1.2.9.13 Monitoreo y supervisión.....	39
1.2.9.14 Seguimiento y control.....	40
1.2.9.15 Presupuestación.....	40
1.3 Asociación de mujeres artesanas autónomas de la Comuna Dos Mangas "A.M.A.D.O.M" .....	41
1.3.1 Comuna Dos Mangas, historicidad y evolución. ....	42
1.3.2 Extracción de la materia prima: paja toquilla. ....	43
1.3.2.1 Zonas y superficie de cultivo.....	43
1.3.2.2 Temporadas de cultivo y cosecha.....	43
1.3.3 Proceso de producción .....	43
1.3.3.1. Cosecha .....	44
1.3.3.2. Cocinado o cocción .....	44
1.3.3.3 Secado.....	44
1.3.3.4 Tejido .....	44
1.3.3.5. Asocado.....	45
1.3.3.6 Lavado.....	45
1.3.3.7 Blanqueo .....	45
1.3.3.8 La compostura .....	45
1.3.3.9 Tintura.....	46
1.3.3.10 Prensa .....	46

	<b>Pág.</b>
1.3.3.11 Producto Terminado .....	46
1.3.3.12 Embalaje: .....	46
1.3.3 Comercialización de las artesanías en paja toquilla .....	47
1.4 Marco legal .....	48
1.4.1 La Constitución del Ecuador 2008.....	48
1.4.2 Ministerio de Coordinación de la producción, empleo y competitividad .....	52
CAPÍTULO II.....	53
Metodología de la investigación .....	53
2.1 Diseño de la investigación. ....	53
2.2 Modalidad de la investigación. ....	53
2.3 Tipos de investigación .....	54
2.3.1 Por el propósito: .....	54
2.3.1.1 Básica .....	54
2.3.3 Por el lugar.....	55
2.3.3.1 Investigación documental.....	55
2.3.3.2 Investigación de campo .....	55
2.4 Métodos de la investigación.....	55
2.5 Técnicas de investigación .....	56
2.5.1 Observación directa. ....	57
2.5.2 Entrevista .....	57
2.5.3 Encuesta.....	58
2.6 Instrumentos de la investigación.....	58
2.6.1 Ficha de observación.....	58
2.6.2 Guión de entrevista .....	58
2.6.3 El Cuestionario.....	58
2.7 Población y muestra.....	59
2.7.1 Población.....	59

	<b>Pág.</b>
2.7.2 Muestra .....	60
2.8 Procedimiento y procesamiento de los datos .....	61
2.8.1 Procedimiento de los datos .....	61
2.8.2 Procesamiento de los datos .....	62
CAPÍTULO III.....	64
Análisis e interpretación de los resultados.....	64
3.1 Análisis de resultados de observación .....	64
3.2 Análisis de los resultados de la entrevista.....	78
3.3 Análisis de los resultados de la encuesta .....	88
3.4 Conclusiones.....	103
3.5 Recomendaciones .....	104
CAPÍTULO IV.....	105
4.1 Presentación.....	105
4.2 Estructura organizacional.....	109
4.3 Orgánico funcional.....	109
4.4 Elementos del plan estratégico de A.M.A.D.O.M.....	116
4.4.1 Filosofía.....	116
4.4.2 Misión .....	116
4.4.3 Visión.....	116
4.4.4 Objetivos estratégicos.....	116
4.4.5 Principios éticos y valores corporativos.....	117
4.4.5.1 Principios éticos .....	117
4.4.5.2 Valores corporativos .....	119
4.4.6. Análisis estratégico .....	121
4.4.6.1 Análisis interno .....	121
4.4.6.1.1 Recurso humano .....	121
4.4.6.1.2 Recurso material .....	121

	<b>Pág.</b>
4.4.6.1.3 Recurso financiero .....	121
4.4.6.1.4 Recurso tecnológico.....	121
4.4.6.2 Análisis Externo.....	122
4.4.6.2.1 Rastreo .....	122
4.4.6.2.2 Supervisión.....	122
4.4.6.2.3 Pronóstico .....	122
4.4.6.2.4 Evaluación .....	123
4.4.6.3 Análisis del ambiente general .....	123
4.4.6.3.1 Segmento demográfico.....	123
4.4.6.3.2 Segmento económico .....	123
4.4.6.3.3 Segmento socio-cultural .....	123
4.4.6.3.4 Segmento tecnológico .....	124
4.4.6.3.5 Segmento global .....	124
4.4.6.3.6 Segmento ambiental.....	124
4.4.6.4 Análisis de porter. ....	125
4.4.6.5 Análisis situacional: Matriz FODA - DAFO .....	126
4.4.7. Estrategias .....	127
4.4.7.1 Estrategia de mercadeo.....	127
4.4.7.1.1 Estrategia de plaza o distribución.....	127
4.4.7.1.1.1 Estrategia de canal de distribución.....	128
4.4.7.2 Estrategias comunicacionales .....	129
4.4.7.3 Estrategia de producto.....	130
4.4.7.3.1 Estrategia de diversificación de productos.....	130
4.4.7.3.2 Marca y slogan: .....	131
4.4.7.3.3 Atributos del productos.....	131
4.4.7.4 Estrategia de penetración. ....	132
4.4.7.4.1 Medios tradicionales.....	132
4.4.7.4.2 Medios no tradicionales.....	132

	<b>Pág.</b>
4.4.7.5 Estrategia de precio.....	133
4.4.7.5.1 Estrategia de descremado de precios:.....	134
4.4.7.5.2 Estrategia de precio para cartera de producto:.....	134
4.4.7.5.3 Precios Orientado a los costos.....	134
4.4.7.5.4 Precios Orientados a la demanda .....	135
4.4.7.5.5 Precios Orientados a la competencia .....	136
4.4.8. Cursos de acción .....	136
4.4.9. Políticas.....	138
4.4.10 Programas .....	139
4.4.11 Proyectos.....	141
4.4.12 Procedimientos.....	146
4.4.13. Planeación operativa .....	151
4.4.14. Monitoreo y supervisión. ....	152
4.4.15. Seguimiento y control. ....	152
4.4.16 Presupuestación.....	154
Conclusiones de la Propuesta.....	167
ANEXOS .....	168
BIBLIOGRAFÍA .....	199

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<b>Pág.</b>
Gráfico 1 Operacionalización de la variable independiente .....	17
Gráfico 2 Operacionalización de la variable dependiente: .....	18
Gráfico 3 FODA.....	34
Gráfico 4 Estrategias .....	36
Gráfico 5 Administración de la asociación de mujeres en el transcurso del tiempo	78
Gráfico 6 Conocimiento de las artesanas en los negocios .....	79
Gráfico 7 Filosofía, misión y visión, de AMADOM .....	80
Gráfico 8 Cumplimiento de objetivos de la asociación de mujeres .....	81
Gráfico 9 Cultura organizacional .....	82
Gráfico 10 Instituciones que les brindan ayuda .....	83
Gráfico 11 Proyectos que aportaron con el progreso y desarrollo .....	84
Gráfico 12 Estrategias de ventas .....	85
Gráfico 13 Planificación para mejorar la calidad y presentación .....	86
Gráfico 14 Beneficios del plan estratégico .....	87
Gráfico 15 Eficiencia de las actividades .....	88
Gráfico 16 Administración de actividades .....	89
Gráfico 17 Reuniones de la junta directiva .....	90
Gráfico 18 Misión, visión y objetivos.....	91
Gráfico 19 Valores y políticas.....	92
Gráfico 20 Plan estratégico .....	93
Gráfico 21 Recursos técnicos.....	94
Gráfico 22 Tipos de productos .....	95
Gráfico 23 Precios con los que se comercializa los productos .....	96
Gráfico 24 Estrategias de ventas .....	97
Gráfico 25 Capacitaciones a las artesanas en el área comercial .....	98
Gráfico 26 Planificación estratégica .....	99
Gráfico 27 Ventajas competitivas .....	100
Gráfico 28 Proyectos de la asociación en beneficio de la comunidad .....	101
Gráfico 29 Aplicación del plan estratégico .....	102

	<b>Pág.</b>
Gráfico 30 Organigrama .....	108
Gráfico 31 Canal de distribución directo .....	128
Gráfico 32 Canal de distribución indirecto .....	128
Gráfico 33 Canal de distribución indirecto .....	129
Gráfico 34 Sombreros de paja toquilla.....	130
Gráfico 35 Joyeros e individuales .....	130
Gráfico 36 Logotipo: Identificación en el producto.....	131
Gráfico 37 Tarjeta de presentación: .....	133
Gráfico 38 Selección de personal.....	147
Gráfico 39 Proceso de producción .....	148
Gráfico 40 Análisis de gestiones de A.M.A.D.O.M: .....	149
Gráfico 41 Proceso de comercialización.....	150

## **ÍNDICE DE CUADROS**

Cuadro 1 Operacionalización de la variable independiente.....	17
Cuadro 2 Operacionalización de la variable dependiente.....	18
Cuadro 3 Población .....	60
Cuadro 4 Muestra.....	61
Cuadro 5 Administración de la asociación de mujeres en el transcurso del tiempo	78
Cuadro 6 Conocimiento de las artesanas en los negocios.....	79
Cuadro 7 Filosofía, misión y visión de AMADOM.....	80
Cuadro 8 Cumplimiento de objetivos de la asociación de mujeres .....	81
Cuadro 9 Cultura organizacional .....	82
Cuadro 10 Instituciones que les brindan ayuda.....	83
Cuadro 11 Proyectos que aportaron con el progreso y desarrollo .....	84
Cuadro 12 Estrategias de ventas .....	85
Cuadro 13 Planificación para mejorar la calidad y presentación.....	86

	<b>Pág.</b>
Cuadro 14 Beneficios del plan estratégico.....	87
Cuadro 15 Eficiencia de las actividades.....	88
Cuadro 16 Administraciónde actividades .....	89
Cuadro 17 Reuniones de la junta directiva .....	90
Cuadro 18 Misión, visión y objetivos .....	91
Cuadro 19 Valores y políticas .....	92
Cuadro 20 Plan estratégico.....	93
Cuadro 21 Recursos técnicos .....	94
Cuadro 22 Tipos de productos .....	95
Cuadro 23 Precios con los que se comercializa los productos.....	96
Cuadro 24 Estrategias de ventas .....	97
Cuadro 25 Capacitaciones a las artesanas en el área comercial.....	98
Cuadro 26 Planificación estratégica.....	99
Cuadro 27 Ventajas competitivas.....	100
Cuadro 28 Proyectos de la asociación en beneficio de la comunidad.....	101
Cuadro 29 Aplicación del plan estratégico .....	102
Cuadro 30 Analisis situacional.....	126
Cuadro 30 Precio orientado a la demanda .....	135
Cuadro 32 Plan de acción.....	137
Cuadro 33 Programas .....	139
Cuadro 34 Programa de fortalecimiento de los procesos y de evaluación de gestión .....	142
Cuadro 35 Programa de posicionamiento y aplicación de marketing en AMADOM .....	142
Cuadro 36 Programa de fortalecimiento de las gestiones administrativas de AMADOM .....	144
Cuadro 37 Programa de exportación de productos .....	145
Cuadro 38 Procedimientos .....	146

	<b>Pág.</b>
Cuadro 39 Planeación operativa.....	151
Cuadro 40 Monitoreo y supervisión.....	152
Cuadro 41 Seguimiento y control .....	153
Cuadro 42 Presupuesto promocional .....	154

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo 1 Certificado .....	169
Anexo 2 Guía de observación .....	172
Anexo 3 Guión de entrevista.....	175
Anexo 4 Cuestionario.....	178
Anexo 5 Proceso de secado y tinturado de la paja toquilla.....	181
Anexo 6 Carteras hechas en paja toquilla con adornos de tagua .....	182
Anexo 7 Sombrero y gorras hechos en paja toquilla.....	183
Anexo 8 Diademas hechas en paja toquilla.....	186
Anexo 9 Variedad de productos hechos en paja toquilla .....	186
Anexo 10 Parte frontal de la asociación de artesanas .....	187
Anexo 11 Reuniones con la presidenta de la asociación.....	187
Anexo 12 Estatutos de AMADOM .....	188
Anexo 13 Nombramiento de la junta directiva. ....	191

## INTRODUCCIÓN

La comuna Dos Mangas, es identificada por el trabajo tradicional artesanal que realizan las mujeres con la paja toquilla y los hombres con la tagua, convirtiéndose las artesanías en una fuente de ingreso principal siendo una labor de trascendencia por sus ancestros que dejaron sus enseñanzas por generaciones.

En esta localidad se formó una asociación constituidas por las mujeres artesanas de Dos Mangas que se dedican a las artesanías en paja toquilla, su labor comienza desde muy temprano, adentrándose dos kilómetros de distancia de su población para adquirir la materia prima, procesarla y elaborar el producto para su comercialización. Para la elaboración de sus productos utilizan la creatividad, logrando diseñar las artesanías con llamativos colores, para luego proceder a la comercialización de sus productos.

Las artesanas de la comuna Dos Mangas vendían la paja toquilla en bruto a extranjeros, quienes ya conocían del potencial de este producto, según la historia su reconocimiento primero fue en Panamá por un expresidente que llevó un sombrero hecho en paja toquilla , con el pasar de los años buscaron nuevas rutas de mercado que tiene afluencia de turistas a nivel local como Montañita y Salinas, tuvieron la oportunidad de exportar el producto, sin embargo la crisis en Estados Unidos provocada por el ataque terrorista obstruyó su exportación, esto fue una desmotivación para las artesanas, sin embargo continuaron con sus labores locales y su comercialización tuvo una buena acogida que incentivó a tramitar para la legalización de la asociación, gestionando sus actividades para el año 2001 se establecieron bajo estatutos. Tuvo varios beneficios como la ayuda de las instituciones, invitaciones a conferencias, capacitaciones, ferias y exposiciones nacionales e internacionales. A pesar de su nuevo enfoque empresarial la Asociación no presenta un avance representativo, al contrario están en desventaja competitiva esto repercute como organización, el mal manejo de sus recursos, y su escases en la aplicación de estrategias, podría provocar recaída de su industria.

En el capítulo I se refleja la teoría relacionada con la situación actual de la Asociación, la aplicación de un plan estratégico que permite proyectar con anticipación las diversas actividades a realizarse, fijando un curso de acción del que hacer y de qué manera orientarlo, para cumplir cada una de las metas que se ha planteado como organización.

En la metodología descrita en el capítulo II de acuerdo se aplicaron diversas herramientas para obtener la información oportuna como la observación directa que permitió en el campo de trabajo su operatividad en las gestiones designadas en cada área de trabajo comercial, productiva, financiera, y administrativa, detectando falencias y necesidades presentadas por las artesanas, se aplicó la entrevista a las artesanas de la junta directiva a través de un guión que permita comentarios abiertos, se generó también la encuesta realizada a las 103 artesanas a través de un cuestionario que recopila información concreta y fidedigna.

En base a lo recopilado, en el capítulo III se procedió con el procesamiento y análisis de los datos, reflejando en porcentajes y gráficamente la carencia de planificación dentro de sus actividades lo que repercute en sus gestiones productivas y comerciales, esta información dio apertura para la aplicación de técnicas de venta y proyecciones que se sustentan en programas y proyectos que justificando la razón ser de A.M.A.D.O.M.

En el capítulo IV La finalidad de la propuesta es mejorar la gestión administrativa de la asociación, mediante un plan estratégicos que consolide los procesos de manera sistemática para que logren un futuro deseado, lo que conlleva a diseñar estrategias que permita alcanzar el éxito y evitar los fracasos, permitiéndoles tener un punto de partida sostenible para el desarrollo integral y el mejoramiento de los procesos productivos y de comercialización, permitiendo direccionar las actividades, mantenerse en el mercado competitivo, estar a la vanguardia de las tendencias cambiantes, analizar el entorno tanto interno como externo, aplicar estrategias acordes a su situación actual, adaptarse y enfrentarse de manera estratégica y oportuna a través obteniendo un estatus competitivo estable.

## **1. Tema**

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES ARTESANAS AUTÓNOMAS ‘A.M.A.D.O.M.’ DE LA COMUNA DOS MANGAS, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013-2017”.**

## **2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

El motivo del presente trabajo investigativo se encuentra ubicado en la Provincia de Santa Elena, capital Santa Elena, a trece kilómetros al noreste de Montañita se localiza la comunidad Dos Mangas, identificada por el trabajo tradicional artesanal que realizan las mujeres con la paja toquilla y los hombres con la tagua.

Esta comuna cuenta con unos 950 habitantes y se caracteriza por las labores agrícolas y artesanales, reconocida por sus particulares tradiciones, recibe este nombre debido a que antiguamente los habitantes llamaban a los ríos ‘mangas’ y cerca de la población se unen dos riachuelos “Grande y Colín”, para las mujeres en la comuna Dos Mangas, las artesanías en paja toquilla se convirtieron en un medio de trabajo único para subsistir, siendo una labor de trascendencia debido a las enseñanzas de sus ancestros a través de las generaciones.

Antiguamente las artesanas de la comuna Dos Mangas vendían la paja toquilla en bruto a extranjeros, quienes ya conocían del potencial de este producto, según la historia la visita de un expresidente causó el “boom” en el extranjero específicamente en Panamá, porque fue quien llevó de nuestro país un sombrero hecho en paja toquilla. También su reconocimiento se dio por turistas quienes visitaban las diferentes provincias que producían y comercializaban este producto.

**Situación actual:**

Su labor comienza desde muy temprano, adentrándose dos kilómetros de distancia de su población para adquirir la paja toquilla (materia prima), procesarla y confeccionar los bolsos, sombreros y paneras para ser comercializadas en diversos medios.

Para la elaboración de sus productos utilizan la creatividad, logrando diseñar las artesanías con llamativos colores, para luego proceder a la comercialización de sus productos.

En la trayectoria de los años la buena aceptación de los productos hechos en paja toquilla, dio a esta comunidad nuevas rutas de mercado a nivel local como Montañita y Salinas, lugares turísticos con mayor frecuencia de visitantes extranjeros. En vista del incremento de su producción, el liderazgo de una artesana dio iniciativa a que trabajen en equipo para solventar la demanda presentada, comenzando a trabajar como asociación a pesar de no estar legalizada.

En el pasar de los años, las mujeres artesanas comenzaron a buscar apoyo en diversas instituciones para mejorar la producción y comercialización de los productos hechos en la paja toquilla, sin embargo, escasamente les facilitaron la ayuda respectiva, mientras que otras solo presentaron obstáculos ante sus peticiones, para aquello también hubieron personas mal intencionadas quienes les ofrecieron legalizar su asociación, resultando ser estafadas. Por esta razón la asociación comenzó a desmotivarse, a desconfiar y consecuentemente se desintegró, continuando de manera individual su trabajo artesanal, presentando como resultado ventas escasas, consecuentemente repercutió en el nivel de vida de las artesanas.

Pocos años después, la distinguida Sra. Gilda de Candell, esposa del actual Rector de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, UPSE, mantuvo contacto con las artesanas de la comunidad, al tener conocimiento sobre su caso, les brindó el apoyo necesario para gestionar su legalización como asociación.

En el año 2000, la asociación de mujeres artesanas de la comuna Dos Mangas, son reconocidas legalmente por el ex Consejo Nacional de la Mujer, CONAMU, con una estructura organizativa conformada por dos niveles; la directiva integrada por presidenta, vicepresidenta, secretaria, tesorera, Vocales y la Asamblea, dando apertura a su participación en el mercado sea bajo las normas establecidas en sus estatutos.

Inicialmente la asociación de artesanas solo elaboraban sus productos hechos en paja toquilla, en la actualidad también procesan la materia prima y están en la búsqueda de realizar otras actividades productivas como necesidad de diversificar la oferta y fomentar el turismo de la comunidad.

Esta formalización ayudó a que la asociación tenga mayor aceptación en las diversas peticiones que realizaban logrando así que las instituciones que buscan el desarrollo de las microempresas comiencen a convocar a un representante de la asociación a diversas capacitaciones.

Esto, dio primicia a la participación de ferias a nivel nacional e incluso a nivel internacional, permitiéndoles encontrar a clientes extranjeros y comenzar a exportar su producto a los Estados Unidos, esta época fue fructífera para las artesanas, aunque solo por unos meses, luego dejaron de comercializar sus productos, debido a que no tenían conocimiento sobre métodos de negociación, y así poder brindar mejores ofertas que la competencia local o provincial, aun habiendo recibido capacitaciones sobre la temática.

Cabe recalcar que los productos enviados a otros países muchas veces llegaban atrofiados por la humedad, esto se dio debido a que dentro de su actividad de exportación, no consideraron tener un plan de exportación que sustente sus gestiones, como contar con un empaque apropiado de acuerdo al tiempo de traslado y, la temperatura en que debían estar sus productos para conservar su textura, presentando desventajas competitivas, al convertirse su mercadería en producto desperdiciado.

Considerando la información expuesta, la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M.” de la Comuna Dos Mangas presenta diversos síntomas y causas que originan la problemática descrita en el presente trabajo.

Los principales síntomas que se detectaron son:

- Bajo rendimiento productivo.
- Poco entusiasmo y penetración en las actividades.
- Competencia lidera el mercado.
- Dificultad para competir
- Escases de nuevos canales de distribución para sus productos
- Poco reconocimiento de su labor artesanal.
- Dificultad para gestionar alguna actividad.

De la misma forma se identificaron las causas más relevantes que son:

- Escaso control y seguimiento de las actividades.
- Escasa planificación en la producción, y en la comercialización.
- Escasa innovación del producto para las exigencias del nuevo mercado.
- Las capacitaciones son limitadas.
- Insuficiente liderazgo participativo que incentive al trabajo en equipo.
- Poco estudio de su entorno antes de realizar alguna inversión.
- Inadecuada distribución de los recursos existentes.

De acuerdo a la respectiva investigación esto se debió a que las integrantes de la asociación de artesanas realizaban sus actividades de manera empírica, basándose solo en su habilidad y experiencia para diseñar las artesanías, sin mantener la planificación en sus acciones y actividades administrativas.

Por lo tanto la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M.” de la comuna Dos Mangas, no ha logrado un desarrollo significativo desde su legalización hasta la actualidad, lo cual se tornaba como una desventaja competitiva en el mercado real.

### **Situaciones Futuras (Pronóstico).**

La situación de la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas provoca que las gestiones que realizan sean poco efectivas, perjudicando a la comercialización de los productos y su imagen corporativa. La necesidad urgente de administrar sus recursos de la manera correcta es crítica por que están en desventaja competitiva, continuando con esta misma ideología de administrar va a terminar desplazando a la Asociación del mercado y consecuentemente una desintegración una organización, que puede ser fructífera si se aplicarán medidas para fortalecer su razón de existir.

Si una organización no se preocupa por competir al mismo nivel de la competencia, no está compitiendo solo subsistiendo en un mercado ya ganado, es importante que estar atentos a los cambios que se suscitan para poder responder de manera rápida y segura. Esto ayuda a la empresa a buscar alternativas de innovación, nuevos canales de distribución, aplicar publicidad más agresiva, entre otras, siendo estrategias para captar y retener a los clientes.

Dentro de los pronósticos que tendría Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas surgen las situaciones planteadas a continuación:

- La comercialización de su producto decaería ante las nuevas exigencias del mercado.
- Su producción estaría en desventaja ante la competencia que cuenta y posteriormente busca invertir en maquinaria de primera tecnología.
- La mala administración de sus actividades, retrasaría y dificultaría las gestiones de ayuda que les brindan las instituciones a la asociación.
- Las artesanas tendrían menos ingresos y su nivel de vida estaría también afectado.
- El no tomar correctivos, provocará que la asociación de Artesanas llegue a un punto crítico, donde el mercado industrial podría absorberla por no mantener un nivel competitivo estable.

### **Alternativas de Solución (Control del pronóstico)**

Dentro de las soluciones para mejorar la situación actual de la Asociación, es detectar las necesidades prioritarias, dando énfasis para mantener una base sólida y poder enfrentarse a un mercado cambiante. Esto provocaría que la Asociación se mantenga a la vanguardia de las nuevas tendencias, provoque reacciones rápidas y oportunas para enfrentarse a las amenazas del mercado.

El análisis interno y externo que realice A.M.A.D.O.M., permite obtener información real, evaluar cómo han venido trabajando, sus niveles usuales para tomar decisiones, su posición competitiva, examinar la cultura organizacional. El monitoreo constante debe ser estratégico para determinar el grado de rivalidad de los competidores y aplicar estrategias acorde a su situación actual.

El plan estratégico permitirá consolidar la información y direccionarla hacia escenarios acordes a la necesidad presentada, dentro de estas propuestas se busca reforzar la base administrativa de la Asociación, manejando de manera correcta y oportuna los recursos, se fomenta una cultura organizacional, se generó un proceso administrativo que retroalimente las operaciones realizadas o por ejecutarse para obtener buenos resultados en su producción y comercialización de los productos hechos a base de paja Toquilla.

Dentro de las alternativas de solución se menciona:

- Fortalecer el control y seguimiento en las actividades que presentan como asociación.
- Estar a la vanguardia del mercado.
- Analizar las amenazas y oportunidades que se pueden presentar y evaluar nuevos campos para una posible participación en ellos.
- Realizar proyectos donde puedan tener participación en el mercado y la asociación logre competitividad.
- Aplicar el direccionamiento hacia objetivos y metas planteadas.
- Utilizar estrategias factibles acordes a la situación de la asociación.

## **2.1 Formulación del problema**

¿De qué manera afecta un Plan estratégico en la gestión administrativa de la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M” de la Comuna Dos Mangas, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena?

## **2.2 Sistematización del problema**

¿De qué manera afecta un Plan estratégico en la gestión administrativa de la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M” de la Comuna Dos Mangas, Cantón Santa Elena?

¿Qué efectos tiene realizar inversiones, sin haber analizado un diagnóstico de su situación actual?

¿De qué manera afecta en sus ventas y comercialización, el no contar con la aplicación de marketing mix?

¿Qué efectos tiene, que las capacitaciones empresariales solo sean para el líder de la asociación y no para todo el equipo de trabajo?

¿Cómo influiría, si se elaborara los productos bajo una planificación previa?

¿Cuáles métodos, técnicas e instrumentos se aplicarán para el desarrollo del trabajo de investigación y el análisis de los resultados obtenidos?

¿Qué efectos tiene, si se aplicara una correcta administración de los recursos financieros, humanos, materiales y tecnológicos?

¿Para qué sirve la indagación tanto interna como externa del entorno?

¿Qué efectos tendría la Asociación aliarse con la Comunidad para fortalecer la comercialización de los productos?

### **3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA**

#### **3.1 Justificación Teórica**

El tema se sustenta en los criterios técnicos de autores que han contribuido a través de sus publicaciones en los cuales manifiestan:

Para COSTA J. (2009) "La esencia de la estrategia corporativa reside crear valores competitivos con mayor rapidez que la concurrencia, además de guiar a toda la organización hacia unas pautas coherentes entre sí, y a su vez en coherencia con la identidad global de la misma". Pág. # 62.

El autor GANDOLFOG. (2005) "Juan manifiesta que "planeamiento estratégico consiste en estudiar las circunstancias que nos rodean para detectar las oportunidades y anticipar los riesgos. La vida alrededor de las personas y de las organizaciones está en permanente cambio, y es necesario conocer en qué sentido se modifican esos escenarios para orientarnos adecuadamente." Pág. # 136.

De acuerdo a las teorías de los diferentes autores, se destaca que un plan estratégico garantiza el desarrollo y crecimiento de una organización independiente del tamaño o la actividad que realice, es fundamental su aplicación para poder mantenerse en el mercado, provoca un direccionamiento correcto y oportuno a través una respectiva planificación estratégica en sus gestiones administrativas, permitiendo detectar las oportunidades y anticipar los riesgos ante un mercado que es cada vez es más exigente e incierto, poder convertir en fortaleza, esto da apertura a reacciones rápidas, análisis estratégico, indagación de las estrategias aplicadas por la industria competitiva.

Esto permite a la Asociación estar a la vanguardia de las nuevas tendencias del mercado, analizar el segmento que abarca, determinar sus necesidades y expectativas que tiene en el producto, inducir la marca del producto en la mente de los clientes para lograr fidelizar, y tomar decisiones certeras bajo escenarios acordes a su realidad, consolidados con la misión, la visión, los objetivos y su posición competitiva.

### **3.2 Justificación Metodológica**

Se consideró que el tema tiene gran importancia en el ámbito empresarial y cultural de la Comuna Dos Mangas, debido a que su trabajo artesanal representa a este gremio de mujeres, su única fuente de ingresos económicos para su diario vivir y, para ello necesitaban realizar mejoras e implementar estrategias en sus actividades empresariales como asociación.

Dando a conocer también su identidad cultural través de las artesanías, la calidad del tejido y, la manera en cómo se ha transmitido el conocimiento para seguir tejiendo hasta la actualidad, constituyendo ya una tradición que crea valores intrínsecos y simbólicos en los productos de paja toquilla tanto para el público nacional como extranjero en general.

Mediante el diseño de la investigación se analizaron datos cuantitativos y cualitativos sobre las variables a estudiar, considerando una modalidad de trabajo de proyecto factible o de intervención, cuyo modelo operativo fue viable para este tipo de necesidad a solucionar. Para aquello se utilizó los tipos de investigación acorde a su peculiaridad, utilizando por el propósito la investigación aplicada, que sirve para resolver problemas prácticos y concretos; por el nivel se consideró el exploratorio, por su flexibilidad en la metodología y; por el lugar se empleó a través de las fuentes primarias donde se obtendrá información directa o de campo, y las fuentes secundarias mediante la investigación documental como libros, folletos, tesis entre otros.

Dentro de los métodos se aplicó el inductivo, siendo el que estudió a la investigación inductiva es decir, de lo particular a lo general, y como método relacionado el descriptivo el cual permitió analizar y resumir los resultados obtenidos.

Para la recolección de información se utilizó técnicas concernientes a la investigación, como es la observación directa, la cual fue adquirida mediante una ficha de observación, las encuestas a través de un guión y las entrevistas a través de un cuestionario aplicado a través de la Escala de Likert.

Esta investigación se la realizó a una población de 103 personas, donde 33 damas son las artesanas asociadas registradas, 60 damas son las artesanas asociadas no registradas de la Asociación de artesanas autónomas de la comuna Dos Mangas A.M.A.D.O.M, y 10 damas artesanas de la comuna que ejecutan la misma actividad y aportan con su destreza a la asociación cuando es necesario, para lo cual se aglomera toda la población para obtener información oportuna y real.

Se obtuvo información relevante con la observación directa determinando las falencias que había en las gestiones administrativas, la distribución de los recursos, la secuencia de las actividades, la forma de producir y comercializar los productos.

Las encuestas permitieron receptar información a través de preguntas concreta, obteniendo respuestas valederas que sustenta y argumentan el tema tratado, ayudando a direccionar concretamente la necesidad existente.

La aplicación de la entrevista da apertura a respuestas abiertas, donde se puede determinar los pensamientos y aportaciones que tiene las artesanas, de acuerdo a sus experiencia en el campo en que se desenvuelven, esto permite conocer mucho más allá las dificultades que presentaban, y las aportaciones que podrían darse para obtener resultados fructíferos. Herramientas que permitieron recopilar información oportuna y real sustentando la propuesta expuesta, esto permitió aplicar soluciones acorde a las necesidades expuestas, con un direccionamiento estratégico que fomenta poder competitivo.

Siendo de manera fundamental y relevante la aplicación y elaboración del plan estratégico les permitirá a la asociación de artesanas, tener una herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno, logrando así su viabilidad.

### **3.3 Justificación Práctica**

La originalidad de este tema, se dio por la inexistencia de un proyecto que se enfoque en un plan estratégico para la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M.” de la Comuna Dos Mangas, del Cantón Santa Elena.

Es por ello que la idea surgió por la ejecución de proyectos que se realizaron en la formación universitaria, los cuales fueron dirigidos a la comuna Dos Mangas, teniendo la oportunidad de realizar investigaciones en esta localidad, determinando así las diversas insuficiencias por las cuales esta comuna no logra prosperar. En otro de los proyectos se realizó un viaje a Perú, invitados a una expo feria, se dio a conocer las diversas artesanías de la Ruta del Spóndylus, Provincia de Santa Elena, fue en este lugar donde se pudo denotar la acogida y el interés de extranjeros por las diversas artesanías que fueron expuestas como eran la Paja Toquilla, Tagua, Concha Perla, y las Hamacas.

Al revelarse las diversas necesidades específicamente en la Asociación de Mujeres Artesanas “A.M.A.D.O.M” de la Comuna Dos Mangas, se tuvo el interés en aportar con conocimientos, técnicas y destrezas aprendidos en el periodo académico, dando iniciativa a este proyecto que busca mejorar las gestiones administrativas de la asociación a través de un plan estratégico, volviéndose útil debido a sus escasos planes empresariales.

La elaboración de este plan estratégico, produjo resultados favorables asegurando un rendimiento adecuado de su capital invertido, haciendo congruente el uso de la planeación conducente al logro de la rentabilidad, convirtiéndolo en el punto de partida para empezar a unir esfuerzos para un desarrollo integral y mejoramiento continuo, logrando obtener una o más ventajas competitivas, a través de la formulación y aplicación de estrategias, en función de la Misión, Visión, objetivos, entorno y sus presiones, y de los recursos disponibles, convirtiéndose en elementos de flexibilidad para la toma de decisiones de cada unidad estratégica del negocio.

Cabe recalcar, que con los diversos programas que actualmente está realizando el Gobierno Nacional tales como el Ministerio de Industria y Productividad (Mi pro), Federación de Desarrollo Social FEDESOC, Pro Ecuador, Fundación Pro Pueblo quienes buscan dar asesoría y capacitación a los microempresarios en el ámbito de los negocios, son de excelencia, ellos aportaron para que artesanas principales puedan recibir capacitaciones sobre comercialización de productos, en base a su intermedio la Asociación lograba ser invitada a ferias, exposiciones ,y eventos no solo nacionales muchos de ellos fueron internacionales como Perú, España donde pudieron promocionar y dar a conocer su producto.

Estos programas ayudaron al proyecto presentado, lo que dio paso a un trabajo con mayor impulso de participación en el mercado compenetrados hacia un mismo fin, que fue aportarles a los artesanos conocimientos y herramientas administrativas de trabajo. Este Plan estratégico se convierte en la carta de presentación de la Asociación ante cualquier proyecto a invertir, el cual sustentará sus gestiones, dará viabilidad y seguridad que necesitan como organización para presentarse como sólida y sustentable, fortaleciendo la cadena de valor dando la cabalidad para captar las oportunidades en el mercado, como alianzas estratégicas, poder de negociación, captar mercado desatendido, fidelizando clientes, promocionando productos de calidad.

Por lo tanto, las promociones de la Universidad Estatal Península de Santa Elena buscan tener vinculación con la comunidad, a través de proyectos que ayuden a mejorar sus condiciones sociales y económicas de alguna localidad, donde se tuvo la oportunidad de demostrar el aporte científico de la Carrera de Administración de Empresas ante estas necesidades.

Se desarrolló el proyecto de titulación en Ingeniería en administración de empresas, beneficiando significativamente a la Asociación Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M.” de la comuna Dos Mangas, a la comunidad en general, convirtiéndola más competitiva y sostenible. También se consideró un material de interés y guía para generaciones estudiantiles posteriores.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo general**

Elaborar un Plan Estratégico mediante la aplicación de técnicas y estrategias que contribuyan al mejoramiento de la gestión administrativa de la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M.” de la Comuna Dos Mangas, Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena.

### **4.2 Objetivos específicos**

- Fundamentar el marco teórico científico mediante argumentos concretos de fuentes informativas que aporten los contenidos pertinentes acerca del objeto de estudio.
- Desarrollar estrategias metodológicas mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación interpretando los resultados a través de las referencias estadísticas en cuadros y gráficos que sustenten la propuesta planteada.
- Analizar las debilidades y amenazas que presente la asociación a través de la aplicación de técnicas estratégicas de estudio, con el propósito de transformarlas en fortalezas y oportunidades.
- Aportar con conocimientos administrativos estratégicos mediante programas de capacitación para la formación empresarial de la Asociación de artesanas.
- Mejorar los procesos administrativos de la Asociación “A.M.A.D.O.M.” a través de estrategias y cursos de acción para la formación de ventajas competitivas.

## **5. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **5.1 Hipótesis:**

La elaboración de un plan estratégico permitirá el mejoramiento de la gestión administrativa de la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M” de la Comuna Dos Mangas, Cantón Santa Elena.

### **5.2 Variables:**

#### **5.2.1 Variable independiente:**

Plan Estratégico.

#### **5.2.2 Variable dependiente:**

Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M” de la Comuna Dos Mangas.

### **5.3 Operacionalización de las variables.**

La matriz de operacionalización de las variables está diseñada con los parámetros establecidos de la siguiente forma:

- ✓ Hipótesis
- ✓ Variables
- ✓ Definiciones
- ✓ Dimensiones
- ✓ Indicadores
- ✓ Ítems
- ✓ Instrumentos

**Cuadro N°. 1. Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente**

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS O REACTIVOS
Plan estratégico	<p><b>Plan estratégico</b></p> <p>Es un documento que permite conocer y comprender el entorno de la organización y de esta manera contrarrestar aspectos negativos, y tomar ventaja de los positivos para desarrollar estrategias en pos de la misión, visión, objetivos</p>	<p>Análisis situacional</p> <p>Análisis estratégico</p> <p>Direccionamiento estratégico</p> <p>Estrategias</p> <p>Proyectos</p>	<p>Macroambiente</p> <p>Microambiente</p> <p>Fortalezas</p> <p>Oportunidades</p> <p>Debilidades</p> <p>Amenazas</p> <p>Misión y Visión</p> <p>Valores</p> <p>Objetivos</p> <p>Diferenciación</p> <p>Comercialización</p> <p>Penetración del mercado</p> <p>Área de producción.</p> <p>Calidad del producto</p> <p>Certificación de la patente.</p>	<p>¿Cree usted, que la manera en que la Asociación de Mujeres ha sido administrada es la más adecuada?</p> <p>¿De qué manera piensa Ud. que le ha venido afectando a la Asociación de Mujeres la falta de conocimiento en los negocios para comercializar sus productos?</p> <p>¿Dispone la Asociación de Mujeres de Dos Mangas con filosofía, misión y visión, que direccionen sus actividades hacia un mismo fin?</p> <p>¿Cree usted que la Asociación de Mujeres regularmente cumple con los objetivos que se plantea?</p> <p>¿Qué opina usted sobre crear valores y políticas institucionales que le permitan a la Asociación tener una cultura organizacional?</p> <p>¿Qué instituciones conoce usted que les haya brindado ayuda a la Asociación de Mujeres para gestionar sus actividades?</p> <p>¿Tiene usted conocimientos sobre proyectos que se hayan vinculado con el progreso y desarrollo de la Asociación?</p> <p>¿Aplica estrategias de ventas para comercializar sus productos La Asociación AMADOM?</p> <p>¿Cuenta La asociación de Mujeres de Dos mangas con alguna planificación para mejorar la calidad y presentación del producto?</p> <p>¿Qué beneficios cree Ud. que habría en la comunidad, si dentro del plan estratégico se considerarían estrategias que involucren el turismo y las artesanías de la Comuna Dos Mangas?</p> <p>¿Cree usted que la eficiencia de las actividades de la Asociación depende de una correcta Planificación Estratégica?</p> <p>¿Cree usted que la manera en que la asociación AMADOM administra sus actividades aplica una comunicación efectiva tanto interna como externa?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>

**FUENTE:** Datos de la Investigación

**ELABORADOR POR:** María Lilibeth Pillasagua Loor

**Cuadro N°. 2.** Matriz de Operacionalización de la Variable: Dependiente:

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMES	INSTRUMENTOS O REACTIVOS
<p>Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M” de la Comuna Dos Mangas, Cantón Santa Elena.</p>	<p>La Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas De Dos Mangas “A.M.A.D.O.M” es una entidad en la que el talento humano se dedica a la producción y comercialización de productos hechos en Paja toquilla de la comuna Dos Mangas y cuya Gestión Administrativa, es un conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar</p>	<p>Diagnostico empresarial</p> <p>Recursos</p> <p>Estructura organizacional</p> <p>Servicios de la Asociación</p> <p>Actividades Productivas de la Comuna Dos Mangas</p>	<p>Procesos Administrativos Clientes Canales de distribución</p> <p>Talento Humano Económico Material</p> <p>Directiva Cultura Organizacional Ubicación</p> <p>Sombreros Bolsos o carteras Adornos</p> <p>Artesanías en Tagua Turismo Pecuaria</p>	<p>¿Con qué secuencia se reúnen los miembros de la junta directiva AMADOM para diagnosticar, controlar y dar seguimiento al proceso productivo y de comercialización de la Asociación?</p> <p>¿Considera usted que la creación de la misión, visión y objetivos permitirá a la Asociación establecer estrategias y procesos operativos hacia un fin visionario?</p> <p>¿Cree usted que crear valores y políticas dentro de la asociación fomentará una cultura organización que regule la jerarquía e incentive el trabajo artesanal?</p> <p>¿Cree usted que la elaboración de un plan estratégico ayudaría a solventar de manera oportuna las situaciones imprevistas que presente la Asociación AMADOM?</p> <p>¿Dispone la asociación de dos Mangas con los recursos técnicos necesarios para ejecutar el proceso de producción de una manera rápida y segura?</p> <p>¿Qué tipos de productos tienen la mayor acogida comercial en el mercado local?</p> <p>¿Se establecen bajo un previo estudio los precios con los que se comercializa los productos de paja toquilla en el mercado?</p> <p>¿Cree usted que la Asociación AMADOM aplica estrategias de ventas para comercializar los productos?</p> <p>¿Cree usted que al programar capacitaciones en el área comercial para las artesanas dentro del plan estratégico mejoraría el nivel de ventas?</p>	<p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>

**FUENTE:** Datos de la Investigación

**ELABORADOR POR:** María Lilibeth Pillasagua Loor

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

Cabe recalcar que históricamente, la paja toquilla tuvo su reconocimiento en sus productos desde la época de los Huancavilcas, Mantas y Caras, aborígenes que moraban en el territorio que hoy corresponde a las provincias de Guayas, Manabí, han sido consideradas como diestros tejedores y trabajadores en el arte textil; habilidades heredadas por sus ancestros.

El producto que mayor acogida a tenido según la historicidad es el sombrero hecho a base de la Paja Toquilla, reflejando que en el período colonial, se los consideró como verdaderos maestros en el tejido de los sombreros de paja toquilla, a tal punto que se los llevó a otros países para que enseñen sus habilidades y destrezas en la elaboración del producto, dentro del período de 1800 a 1900, el sombrero de paja toquilla su acogida a nivel mundial fue más representativa, por los eventos que estuvo como la fiebre de oro de California y la exposición de París en 1900.

Los sombreros durante siglos han sido prendas de elegancia en reyes, príncipes, y artistas; incluso ha sido inmortalizado por pintores de la talla de Vincent Van Gogh y Renoir, en obras que se encuentran en exhibición en el museo de Louvre en París. En la década de 1943 a 1953 se obtiene las cifras más elevadas de exportaciones de los sombreros de paja toquilla.

En 1855, en París, se inaugura una exposición mundial a la que concurre Panamá con una colección de sombreros de paja toquilla, preparada por el francés Felipe Raimondi quien residía en dicha ciudad. Impresionó favorablemente al habitante europeo por la finura del tejido. Por los años 1880 y 1881, el ingeniero francés

Fernando Lesseps emprende la construcción del canal de Panamá, para unir el Océano Pacífico con el Atlántico, la gente que afluye en grandes cantidades a Panamá propaga el uso del sombrero ecuatoriano como el más adecuado para las condiciones climáticas y el tipo de trabajo existentes en ese lugar.

Desde Ecuador se realizaban las exportaciones de sombreros hasta Panamá, sin notificar su verdadero origen, debido a que el producto era vendido a los que trabajaban en el canal, y los compradores suponían que los sombreros eran originarios de este país. Básicamente el primer producto reconocido fue el sombrero hecho en paja toquilla, lo que dio hincapié a confeccionar diferentes prendas, utensilios, adornos. En Ecuador específicamente en comunas se dedican a ejecutar trabajos artesanalmente de acuerdo a la materia prima que les brinda el suelo por ser país que posee un suelo fértil,

Las provincias como Manabí y Cuenca se dedicaron a la confección de diversos artículos hechos en paja toquilla, expandiendo la actividad, en la provincia de Santa Elena, Dos Mangas específicamente comenzaron a elaborar productos en base a paja toquilla por muchas décadas, sin embargo su comercialización mantuvo un nivel irregular en ventas, no sustentable.

Sin embargo poco a poco fueron reuniendo las artesanas de la comunidad para fortalecer la comercialización, fue donde lograron poder exportar los productos en un tiempo determinado, por falta de conocimiento en la negociación más la crisis económica en estados Unidos dejaron de exportar los productos, con el pasar del tiempo, después de varios escenarios negativos.

En el Año 2000 pudieron lograr la legalización de la Asociación, a pesar de aquello desde esa fecha hasta la actualidad no han logrado cambios significativos que aporten un mejor estatus económico y social, realizando sus actividades aun de manera empírica que retrasa las gestiones y no proyecta a nuevos cambios y tendencias, es por ello que es indispensable un plan estratégico que dirija y sustente las actividades de la organización para presentarse ante el mercado de manera sólida y competitiva.

## **1.2 EL PLAN ESTRATÉGICO**

### **1.2.1 DEFINICIÓN E IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN**

#### **1.2.1.1 Definición de la Planeación**

Según el autor Rodríguez (2005) define, “La planeación es el proceso de decidir por anticipado lo que ha de hacerse y como ha de hacerse”. Pág. # 23.

Para ROBBIN Stephen (2005), “La planeación consiste en definir las metas de la organización, establecer una estrategia general para alcanzarlas y trazar planes exhaustivos para integrar y coordinar el trabajo de la organización. La planeación se ocupa tanto de los fines (qué hay que hacer) como de los medios (como hay que hacerlo)”.Pág. # 158.

En base a lo literalmente expuesto por los autores, se puede definir a la planeación como aquella que permite proyectar con anticipación las diversas actividades a realizarse, fijando un curso de acción del que hacer y de qué manera orientarlo, para cumplir cada una de las metas que se ha planteado como organización, dentro de la planificación se establecen principios que vigorizan su función, a través de una secuencia de actividades y determinación de tiempo, siendo la planificación indispensable en toda organización para poder direccionar el rumbo adecuado en cada situación en base a su situación actual, para poder tomar decisiones oportunas, reduciendo la incertidumbre y asegura así el éxito en todo su ámbito empresarial.

#### **1.2.1.2 Importancia de la Planeación**

Según Rodríguez J. (2005), en su libro indica “La importancia de la planeación se aprecia mejor cuando consideramos el lugar que ocupa muchas organizaciones bien administradas; convencidas de que su futuro dependen de la planeación y la tecnología, estas organizaciones esperan que todos sus administradores desde el supervisor de primera línea hasta la dirección superior dediquen una gran parte de su tiempo a la formulación de planes antes de tomar cualquier iniciativa”.

“La planeación es esencial para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social, ya que a través de ella se prevén los cambios que depara el futuro y se establecen las medidas para afrontarlos. Por otra parte reconoce hacia donde se dirige la acción permite encaminar y aprovechar mejor los esfuerzos”  
Pág. #22.

Dentro de la vida actual es sumamente dinámica, donde el cambio está presente constantemente, éste puede ser súbito o lento, la planeación permite asimilar estos cambios.

Razones por las cuales es importante la planeación:

- Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, más no los elimina.
- Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, con las mayores garantías de éxito.
- Mantiene una mentalidad futurista teniendo más visión del porvenir y un afán de lograr y mejorar las cosas.
- Condiciona a la empresa al ambiente que lo rodea.
- Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas o empirismo.
- Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
- Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.
- Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
- Proporciona los elementos para llevar a cabo el control.

- Al establecer un esquema o modelo de trabajo (plan), suministra las bases a través de las cuales operará la empresa.
- Disminuye al mínimo los problemas potenciales y proporciona al administrador magníficos rendimientos de su tiempo y esfuerzo.
- Permite al ejecutivo evaluar alternativas antes de tomar una decisión

### **1.2.2 ¿QUÉ ES LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA?**

Según Fleitman J. (2008) define a “la planeación estratégica empresarial como: El Diseño de estrategias para que las empresas tengan capacidad de adaptarse a las condiciones cambiantes y puedan tener acceso, ganar y mantenerse en los nuevos mercados”. Pág. # 39.

Para el autor Álvarez M. (2006) “hablar de planeación estrategia implica hablar de un: Un plan inteligente que define a la organización los principales pasos a seguir para garantizar su crecimiento y desarrollo organizacional en los próximos años”. Pág. # 28.

Según los autores Elena Camisaza; Miguel Guerrero; Rubén de Dios, en proyecto de sobre capacitaciones a distancia en Metodología un plan estratégico de las organizaciones comunitarias, define a la planificación estratégica como: “Un modo de orientar las acciones de una organización, que tiene en cuenta el modelo político vigente y el comportamiento de los diferentes actores sociales que intervienen en él”.

“La planificación estratégica parte de una situación inicial (resultado del diagnóstico realizado) y desde ese punto se establece una trayectoria (arco direccional) hacia la nueva situación objetivo deseado. A esta situación deseada se quiere llegar mediante el consenso entre diferentes actores sociales”. Pág. # 20.

La planificación estratégica permite direccionar las metas trazadas de una organización de manera general, abarcando todos los sucesos y, poder cumplir con cada objetivo a través de planes a corto plazo, mediano plazo, o largo plazo.

Es por ello que en la actualidad, la planificación estratégica no solo es aplicada en una gran organización, ahora las microempresas se ven involucradas en contar con un planes empresariales para poder mantenerse en el mercado competitivo, estas no podrían sobrevivir con una planificación intuitiva, las tendencias cambiantes las direccionan en aplican una planificación formal y documentada que les permite analizar el entorno tanto interno como externo, para aplicar estrategias acordes a su situación actual, y se adapte a las diversas necesidades y tendencias que presenta el entorno externo y poder enfrenarse de manera estratégica y oportuna, esto da relevancia a tener un estatus competitivo estable..

### **1.2.3 IMPORTANCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

La planeación estratégica es importante porque ayuda a manejar de manera efectiva los recursos existentes y escasos de la organización, esto permitirá tener mayor enfoque estratégico en las actividades, conduciendo a un mejor funcionamiento organizacional. La inducción de la planificación estratégica en todo tipo de empresa permitirá la prevención de los sucesos, tener iniciativa, y un tiempo de reacción oportuna ante los cambio.

### **1.2.4 PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

Dentro de los principios de la planeación estratégica, se determina que no hay organizaciones idénticas pero todas tienen alguna similitud. Sin embargo, su aplicación tiene que variar por necesidad, para ajustarlos a las circunstancias individuales. Los principios son los siguientes:

#### **1.2.4.1 Principio de Racionalidad**

Al hablar de racionalidad nos referimos a la lógica que debe de tener todos y cada uno de los planes estar fundamentados lógicamente, deben contener unos objetivos que puedan lograrse que esta direccionados, enfocados hacia la meta que se ha planteado, y también deben de contar con los recursos necesarios para lograrlos.

#### **1.2.4.2 Principio de la Precisión**

Los planes no pueden ser tomados o afirmados al azar, deben ser lo más precisos posibles, porque van a regir acciones concretas. Esto regulariza y a la vez da claridad de las actividades que se van a ejecutar, para tener seguridad y exactitud, provocando resultados efectivos dentro de la planeación.

#### **1.2.4.3 Principio de Flexibilidad**

Dentro del principio de flexibilidad, se argumenta que todo plan debe ser flexible para que pueda adaptarse a los cambios que se suscitan en el mercado, es indispensable que se prevea futuras tendencias y estar a la vanguardia de las situaciones, esto da apertura a respuestas rápidas y oportunas para tomar aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado, solidificar estrategias y volverse más competitivos.

#### **1.2.4.4 Principio de la Unidad**

Los planes dentro de cada unidad de trabajo, busca coordinación en las operaciones, integrando cada actividad para procesos efectivos y viables, es importante que cada unidad de trabajo tenga interacción y se pueda dar cumplimiento con el plan general.

#### **1.2.4.5 Principio de Factibilidad**

Dentro de la factibilidad se considera que los planes deben ser viables y adaptables a la realidad y a las condiciones cambiantes del entorno, volviéndose relevantes y aplicativos.

#### **1.2.4.6 Principio de Compromiso**

Es compromiso dentro planeación a largo plazo asegurar un futuro estable y competitivo para la organización. Comprometiendo cada uno de los miembros de la organización a cumplir con los objetivos trazados, dando su mayor esfuerzo y compromiso para efectuar, de esta manera se logran resultados esperados.

#### **1.2.4.7 Principio Limitante**

En este principio se resalta la importancia de la objetividad en el momento de tener que escoger entre diferentes cursos de acción o diversas alternativas para llegar a un fin.

Los principios básicos son una pieza fundamental en las actividades de una organización, estas direccionan a cada plan para que se adhiera a una planificación estratégica pertinente que está en base a la situación actual.

Los principios se tornan guías para cada tomo accionario que se ejecute dentro de la planificación, con racionalidad, precisión, flexibilidad, factibilidad, compromiso, limitante para alcanzar la meta establecida través de una secuencia lógica, logrando ser competitivos, con respuestas rápidas ante un mercado cambiante y variante. Es importante que cada organización tenga una base solida para enfrentar las tendencias del entorno, sin ello la organizaciones se vuelve vulnerable, lo que incentiva a permanecer a la vanguardia del mercado.

#### **1.2.5 ¿QUÉ ES UN PLAN ESTRATÉGICO?**

Según Martínez D.; Milla A. (2005), “Un plan estratégico es el documento que sintetiza a nivel económico, financiero y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa”. Pág. # 8.

Álvarez M. (2006) define: “Un plan estratégico es a la organización lo que el ADN es a los seres vivos, le va diciendo oportunamente que hacer”. Pág. # 28

Se puede definir a un plan estratégico como aquella herramienta que permite plasmar formalmente el diseño visionario de la organización, a través de estrategias relacionadas con el monitoreo y la situación actual, para de esta manera contrarrestar las amenazas, conocer las debilidades y fortalecerlas para poder aprovechar las oportunidades del entorno. Este tipo de plan no es un documento que sea hecho al azar, se ajusta a las condiciones y necesidades de la empresa, en este caso el de la asociación.

## **1.2.6 LA IMPORTANCIA DEL PLAN ESTRATÉGICO**

Según Álvarez M. (2006), gracias al plan estratégico una organización sabe de manera clara:

- Qué resultados debe alcanzar (objetivos)
  - Como los va a alcanzar (estrategias)
  - Qué actividad va a desarrollar a lo largo del periodo de la planeación (programa de trabajo)
  - Quien y cuando se van a desarrollar dichas actividades (Responsables)
- pág. # 28.

Un plan estratégico se denota importante porque direcciona de manera clara y real el rumbo estratégico de la organización para mantenerla competitiva, analizando cuidadosamente el entorno tanto interno como externo, aplicando estrategias acordes al estado actual de la organización, siendo un documento formal de gran importancia en la actualidad, sin un plan estratégico la organización no tendría una razón para existir, ni una visión por alcanzar lo que repercutiría significativamente para subsistir ante las exigencias del mercado.

## **1.2.7 PARA QUÉ SIRVE EL PLAN ESTRATÉGICO**

Dentro de los propósitos generales para un plan estratégico considerados por Alvares M. (2006):

1. Consta con una metodología práctica que le perita a la organización formular y redefinir periódicamente objetivos y estrategias de negocio.
2. Orientar los esfuerzos de la organización hacia la consolidación de su VISIÓN, su MISIÓN, sus objetivos y su posición competitiva.
3. Desarrollar los objetivos específicos de cada área de especialidad (mercadotecnia, ventas, finanzas, recursos humanos, administración, ingeniería, calidad, producción, etc.,) congruentes con la VISIÓN Y MISIÓN del negocio.

4. Desarrollar los planes de mejora que aceleren el nivel de evolución competitiva de la organización
5. Garantiza mediante un seguimiento adecuado, el cumplimiento de objetivos. Pág. # 26.

Un plan estratégico siendo aquel documento formal que respalda las actividades de una organización, sirve para mantener una actualización y monitoreo del mercado, rescatando información de contenido real y útil para la aplicación de nuevas estrategias competitivas, esto da apertura a la toma de decisiones factibles ante la situación que se presenta.

Este plan estratégico permitirá comprometer a un equipo de trabajo hacia una meta trazada en base a la visión que cubre las expectativas de los grupos de interés interno y externo de la organización, despertando una cultura organizacional que se enfoca en el cumplimiento de los objetivos para las diferentes áreas y garantizar el posicionamiento y mantención de la empresa en el mercado.

Su importancia dentro de cualquier organización es relevante, permite ser estable en las actividades que realizan, fomentar una cultura organizacional manteniendo un personal motivado e incentivado por las metas expuestas, sirve para direccionar de manera correcta, aplicar estrategias acorde a su situación actual, presentando los diversos escenarios que expone la competencia como cliente externo. Esto hace que la organización prevalezca como una amenaza competitiva por ella se busca fortalecer áreas de comercialización y producción de los productos elaborados a base de la paja toquilla.

Para ello, hay que monitorear constantemente cada aplicación o lanzamiento que haga la competencia industrial captando información para mejorar las estrategias ejecutadas, y a la vanguardia del entorno y tener respuesta rápida y oportuna.

## 1.2.8 MODELOS DEL PLAN ESTRATÉGICO

Gráfico N°. 1: Modelo del Proceso del Planteamiento Estratégico

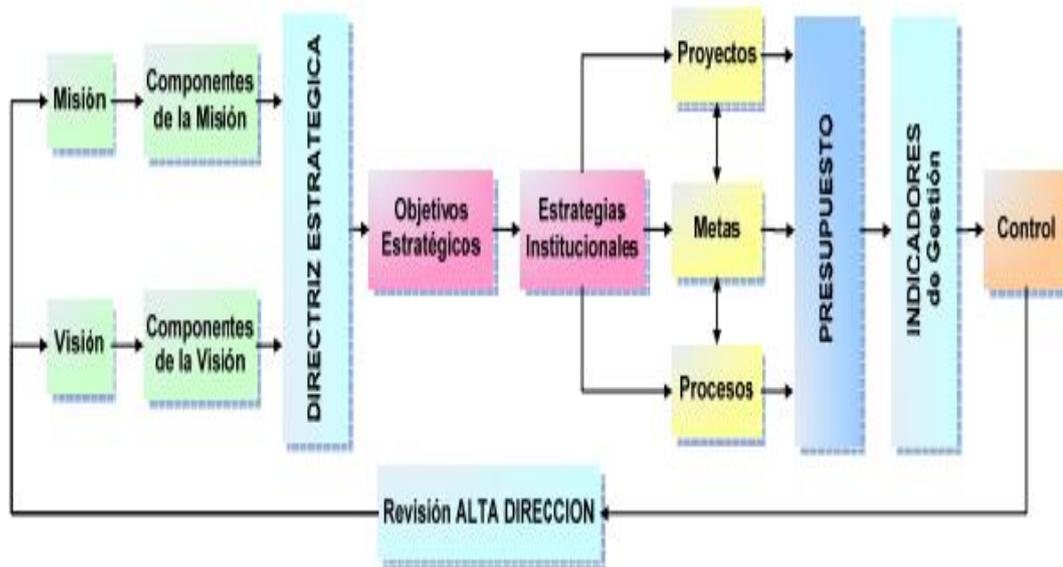


Fuente: MAG. Perci Guija E.

Este modelo de la planificación estratégica expuesto, analiza en primera instancia quienes son como organización para aquello se hace énfasis a la visión y misión, que son la base fundamental para detectar su razón de ser y hacia dónde quieren llegar, como segundo punto analiza donde se encuentra como organización, a través de un análisis interno (fortalezas, debilidades) y externo (oportunidades y amenazas), como tercer proceso se determinan los objetivos estratégicos que conllevará al cumplimiento de la meta, como último punto se identifica como el plan de acción que será cumplido a través de las estrategias, que serán medidas para conocer si se cumplió con lo planteado.

Identifican de forma gradual el proceso que conlleva la aplicación de un plan estratégico dentro de una organización, denotando su importancia radical en cada parámetro señalado, de esta manera se busca obtener resultados favorables para un mejoramiento continuo a través de una eficiente gestión administrativa. Si una organización dentro de sus gestiones no es direccionada bajo un proceso lógico y flexible, la transcendencia de la organización en el mercado seria corta.

**Gráfico N°. 2.** Modelo sobre la metodología de la Planeación estratégica



**Fuente:** Planes estratégicos y lineamientos de proyectos e iniciativas institucionales Dirección general de impuestos internos

Este modelo presenta un procedimiento más complejo pero llega al mismo fin, muestran diferentes ordenamientos que se puede escoger para aplicarlos en el proyecto anunciado, analiza la base que es la misión y la visión de la organización con sus componentes para formar la directriz estratégica, a través de ello se plantean los objetivos, que son aplicado a través de estrategias institucionales como proyectos, metas, y procesos, designando el presupuesto a utilizarse, esto en base a los indicadores de gestión, que son controlados para determinar su cumplimiento, retroalimentado por la alta dirección, para tomar correctivos o medias.

Tomando en consideración las necesidades que presenta la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas A.M.A.D.O.M, solidificando cada proceso a ejecutarse, se procederá adaptarse al medio planteado garantizando un buen desempeño organizacional, y posicionamiento competitivo en el mercado, a través de su análisis tanto interno como externo para sustraer información oportuna que permita tomar decisiones certeras.

## **1.2.9 ELEMENTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO**

### **1.2.9.1 FILOSOFÍA**

GRANADOS M. (2007) “define a la filosofía de la empresa como “el conjunto de valores, creencias y principios que orientan las acciones e inspiran los objetivos de una organización”. Pág. # 31.

La filosofía abarca los diferentes puntos relativos que tiene toda organización para manifestar su existencia, adjuntando cada detalle que la destaca y la diferencia de las demás de su especie o actividad.

### **1.2.9.2 MISIÓN**

Dentro de la conceptualización de la misión, se determina que es aquella que refleja el sentido de nuestro accionar. La formulación de la información es determinante para el futuro del proceso del planteamiento estratégico.

Siendo la misión un punto clave para poder direccionar en el sentido correcto a la organización, determinado el porqué de su existencia teniendo una identidad ante los grupos de interés tanto interno como externo fortaleciendo relaciones.

Es por ello que la misión estratégica tiende a ser fundamental en una organización, debido a que determina la forma general de hacer las cosas, define el espacio de actividad que dominan, identifica el mercado al que está orientado, direcciona a tomar decisiones oportunas ante los grupos de interés, compromete y motiva a un equipo de trabajo.

Consecuentemente, el propósito estratégico de la misión dentro de una organización es orientar de manera efectiva la parte interna de la organización, indicando su función o razón de ser creada, esto induce al cumplimiento y a un alto grado de desempeño, para lograr un buen liderazgo, y ser competitivos. Teniendo una relación estrecha entre la misión y el propósito estratégico, se deduce el enfoque de los grupos de interés tanto interno como externo para poder compenetrarse en el logro de sus metas planteadas.

### **1.2.9.3 VISIÓN**

Son las aspiraciones metas por alcanzar al interior de las instancias de la organización, esta debe ser compartida por todos los miembros de la empresa. La visión es la orientación que la alta dirección le da a la empresa; es decir, expresa cómo se quiere idealmente que sea la empresa en el futuro.

Debe cubrir ciertas características:

- Ser formuladas por la alta dirección.
- Conocida y compartida por todos los colaboradores.
- Sustentarse en los valores de la organización.
- Ser positiva y alentadora y, lo más importante, orientar a todos los miembros de la organización durante la transición de lo que se es a lo que debe ser la empresa en un tiempo determinado.

Si la administración de una empresa no cuenta con una visión establecida es como navegar sin un rumbo fijo, es por ello la necesidad de estipular hacia donde queremos llegar como organización, de esta manera ir cumpliendo a cabalidad diversas actividades que conlleven hacia un fin visionado. Cabe recalcar que para que una visión sea motivo de incentivo en los miembros de la organización debe estar contemplada en torno a las aspiraciones e intereses de todos los agentes, internos y externos, que interactúan con la empresa.

### **1.2.9.4 OBJETIVOS Y METAS**

**Objetivos:**

Son los fines a los que se dirigen las actividades organizacionales e individuales.

- Deben ser claros, precisos y cuantificables (verificables).
- Los objetivos son el fin determinado.
- Son los que permiten alcanzar metas.
- Constituyen el plan básico de la empresa.

Las metas sin objetivos no tienen sentido porque es imposible llegar a medir el progreso.

GRANADOS M. (2007) “Los objetivos corresponden al enunciado de lo que se debe obtener en el corto y mediano y de mediano plazo. Ello significa que su logro no rebase el tiempo comprendido por la unidad temporal de operaciones de la empresa (un año). Se consideran de corto plazo aquellos objetivos cuyo tiempo de realización sea máximo seis meses dada la velocidad y necesidad del cambio, los objetivos establecidos para un plazo que va de seis meses a un año”. Pág. # 30.

Es por ello que las metas son los fines que se traza la organización en los cuales se especifica el rumbo a seguir, estos deben de ser claros, alcanzables, realistas, e intangibles, para lo cual a través de los objetivos se logra una conciliación para medir el avance y el cumplimiento así alcanzar las metas efectivamente.

Teniendo en consideración que sin una meta planteada, no se podría plantear objetivos porque no tendrían hacia donde llegar, esto se vuelve indispensable en toda organización siendo la fuente de inspiración que impulsa el trabajo para alcanzar lo propuesto. Para aquello deben estar claros los objetivos y la meta para así dar un cumplimiento cabal.

**Metas:**

- Son generales y expresan deseos que la alta dirección busca satisfacer.
- Son fines a los que se quiere llegar.
- Es el grado cuantitativo de alcanzar objetivos de largo plazo.
- Surgen de los objetivos.

Las metas en toda organización se fijan basadas en el desempeño pasado con adaptación de acuerdo a las fuerzas futuras de la empresa, las tendencias del mercado, y los recursos.

El punto fijo de llegada que se plantea una organización para obtener el éxito y los resultados deseados, para aquello se necesita trabajo en equipo, motivación, indagación y perseverancia.

### 1.2.9.5 VALORES

Para el Dr. De Lama M. (2009) “Los valores son ideas abstractas que guían el pensamiento y la acción. Los valores administrativos guían al gerente en la selección de un propósito, una visión, misión, metas y objetivos para la organización. Los valores son creencias fundamentales acerca del negocio y de la gente que guía la estrategia organizacional”. Pág. # 13

Los valores son el reflejo del comportamiento humano, reflejando los intereses, sueños y aspiraciones. En una organización los valores son el marco de actitudes que tiene los miembros de la organización día a día, la cual tiene relación directa con la misión, visión. Es por ello que la compenetración se vincula con el estado anímico que tenga el miembro de la organización.

### 1.2.9.6 ANÁLISIS ESTRATÉGICO F.O.D.A – D.A.F.O

Las premisas de planeación son las condiciones previstas en que operan los planes. Esto incluye supuestos o pronósticos sobre las condiciones futuras que afectarán la operación de los planes. La técnica más conocida para elaborar las premisas es el S.W.O.T. D.A.F.O. o F.O.D.A.

**Gráfico N°. 3 FODA**

**(Describe las fuerzas competitivas del mercado)**



**Fuente: MAG. Perci Guija E.**

Para la autora GRANADOS M. (2007) el F.O.D.A – D.A.F.O representa lo siguiente:

**Fortalezas:** Cualidades competitivas y áreas por las que la empresa puede generar condiciones propicias para el éxito.

**Debilidades:** Factores que colocan en desventaja a la empresa respecto a sus competidores, además del conjunto de situaciones que es indispensable mejorar y los problemas que se puedan solucionar.

**Oportunidades:** Relación de situaciones o posibilidades atractivas que la empresa puede aprovechar en su beneficio.

**Amenazas o riesgos:** Conjunto de situaciones que colocan a la organización en peligro de sufrir un posible daño. Pág. #32.

Las premisas nos dan un aporte significativo en el análisis del entorno tanto interno como externo, permitiendo detectar las diversas situaciones que se nos presentan y poder tomar decisiones certeras.

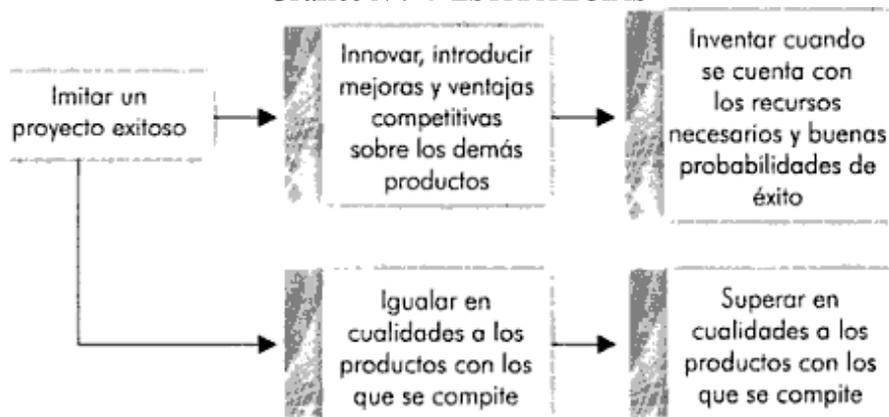
Dentro del análisis interno se encuentran las fortalezas y debilidades que presenta la organización, para tener conocimiento sobre cómo se están enfrentando y que herramientas se tienen a favor ante las oportunidades y amenazas que son externas.

El FODA es una herramienta indispensable para examinar tanto el ambiente interno como externo de la organización, conocer las ventajas y desventajas con las que cuenta la empresa para poder competir, aplicando diversas herramientas para obtener la información real y oportuna, se procede a la competencia a través de un benchmarking, que me permite estudiar las debilidades de la competencia, y saber cuáles sería las futuras amenazas, ayuda a tomar decisiones oportunas para ser competitivos, y aplicar estrategias acordes a nuestras fortalezas para aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado, aquello impulsa para aplicar estrategias acorde a su necesidad.

### 1.2.9.7 ESTRATEGIAS

GRANADOS M. (2007) “Las estrategias son orientaciones generales de las acciones que debe realizar una organización para lograr lo que pretende. Comprende la asignación de los recursos necesarios para llevarlos a cabo”. Pág. # 30.

Gráfico N°. 4 ESTRATEGIAS



#### ESTRATEGIAS DE LAS 3 I

Fuente: María Antonella Granados Martin

Dentro de las tres estrategias genéricas consideradas por Michael Porter, se tomara en consideración las siguientes:

##### 1.2.9.7.1 Estrategias de Liderazgo en Costos.

Son aquellas que le permite a la organización tener el costo más bajo en el mercado industrial, esta estrategia depende de muchos factores que deben tomar en consideración como la reducción de gastos, prestamos limitados, aprovechar los recursos al 100%.

La aplicación correcta de esta estrategia permitirá tener posicionamiento en el mercado Dentro de los riesgos que se corre en este tipo de estrategia es que la competencia puede llegar a imitarla, o en disminuir las utilidades de la empresa y puede desplazar esta estrategia.

#### **1.2.9.7.2 Estrategia de Diferenciación.**

Las estrategias de diferenciación son aquellas que pueden adoptar diversas formas: diseño o imagen de marca, tecnología, atributos de producto, servicios al consumidor, red de ventas, que permitan atraer la atención del consumidor por sus ventajas diferenciales sobre la competencia. Son aquellas que muestran al mercado industrial, una o varias características únicas o diferentes en el producto o el servicio que brindan, el cual la destaca de la competencia provocando el posicionamiento, estos tienden a un costo un poco alto en comparación con los demás, debido a la exclusividad que se le direcciona. Una de las desventajas es que el cliente no valore lo suficiente el producto o servicio exclusivo.

#### **1.2.9.8 CURSOS DE ACCIÓN**

Definiendo los cursos de acción se determina que son los pasos a seguir para alcanzar los objetivos planteados, los cuales deben de tener una secuencia lógica que dirija por el rumbo correcto, adecuado y oportuno para el respectivo cumplimiento.

En toda planificación los cursos de acción son una parte fundamental en el desempeño de la meta a seguir, siendo una operación coherente que se va aplicar para asegurar resultados fructíferos, estos cursos de acción van a direccionar las actividades que se van ejecutar para dar cumplimiento a las metas. Es fundamental que se dé seguimiento y control bajo indicadores que diagnostiquen el nivel de cumplimiento de las acciones a ejecutarse o proyectadas para obtener los resultados óptimos esperados.

#### **1.2.9.9 POLÍTICAS**

Según el Dr. De Lama M. (2009) “Las políticas de la organización son líneas maestras o criterios de decisión para la selección de alternativas estratégicas. Estas líneas generales de actuación, acotan y canalizan las estrategias y suelen tener una vigencia superior a las estrategias”. Pág. # 14.

Las políticas establecen los parámetros, lineamientos, disciplinas que ajustan las decisiones a tomar, siendo las guías para orientar las acciones, sobre alguna situación que se presente en la organización. Esto regulariza y direcciona las actividades que deben de cumplirse de manera ordenada y bajo normativas, ayuda a mantener el equilibrio que es parte de la formación de un cultura organizacional, todo cumpliendo a cabalidad lo planteado.

#### **1.2.9.10 PROGRAMAS**

Los programas son un conjunto de actividades interrelacionadas y cronológicamente ordenadas, que describen las actividades que se tienen que realizar, quiénes las van a realizar y cuándo van a terminarse.

Técnicamente los programas se diría conceptualmente que son el conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos que son necesarios para ejecutar un determinado curso de acción, normalmente respaldado por capital y prepuestos de operaciones.

Estos programas contienen actividades enfocadas con el lapso de tiempo de inicio y de culminación, designado con el responsable de cada actividad y el presupuesto destinado, esto se debe de cumplir a cabalidad porque este programa de actividades determina el avance y el cumplimiento de cada actividad para alcanzar la meta propuesta.

#### **1.2.9.11.- PROYECTOS**

Son planificaciones que se realizan a través de actividades interrelacionadas y coordinadas para bienestar social, o de alguna institución. En ellos están plasmados conocimientos, habilidades y destrezas desempeñadas por los autores, en el caso de una organización ayudan a mejorar los planes para cumplir las metas trazadas, donde se designa un presupuesto, un lapso de tiempo ya previamente establecido a través de los planes empresariales.

Los proyectos ayudan a que la organización tenga pautas a seguir, que indican la forma exacta en que se debe de realizar una actividad, siendo una de las bases fundamentales en toda organización porque estos ayudan a fortalecer las áreas que se ven afectadas, a mejorarse como organización sólida y competitiva, debido a su implementación de mejora continua siendo la función de cada proyecto.

En toda organización los proyecto facilita el proceso de toma de decisiones para poder realizar alguna inversión y se vuelva viable y factible, en toda implementación se necesita realizar diversos estudios previos como: la viabilidad técnica, comercial, económica, legal y financiera, dentro de un contexto donde se cumplan con parámetros para determinar si es ejecutable o no.

#### **1.2.9.12. PROCEDIMIENTOS**

Es un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada, seguir ciertos pasos predefinidos para desarrollar una labor de manera eficaz.

Acciones a realizar a través de pasos para poder culminar un proceso, son mecanismos establecidos con una secuencia lógica se alcanzar los resultados que las organizaciones se plantean y dar cumplimiento.

#### **1.2.9.13 MONITOREO Y SUPERVISIÓN**

Indagar las actividades de la organización, controlando los procesos involucrados, para poder direccionar y guiar las gestiones, supervisando si se han ejecutado de la manera más adecuada caso contrario se procede una autoevaluación para corregir alguna falencia.

Es indispensable el monitoreo en una organización permite detectar si se está cumpliendo a cabalidad las actividades que se han planteado, poder tomar decisiones y medidas correctivas, donde la supervisión presenta un papel fundamental porque está a la expectativa inspeccionando los efectos que provocan lo ejecutado.

#### **1.2.9.14 SEGUIMIENTO Y CONTROL**

El seguimiento consiste en la aplicación de controles periódicos de las variables seleccionadas. El control es la comprobación, inspección, fiscalización o intervención de los procesos, para medir los resultados de los planes implementados.

Es importante para toda organización el seguimiento de las actividades para comprobar si se va direccionando de una manera correcta o en que se debe mejorar, siendo el control un paso fundamental para dar las pautas respectivas y verificar el cumplimiento.

Dos herramientas necesarias y aliadas para obtener resultados favorables. Es por ello que se puede rastrear si los planes que se ejecutando están llevando el rumbo correcto, su evolución en el campo de acción a través de indicadores se van midiendo el grado de cumplimiento efectuado.

#### **1.2.9.15 PRESUPUESTACIÓN**

Proceso de consolidación de las acciones encaminadas a cuantificar monetariamente los recursos humanos, materiales y financieros, necesarios para cumplir con los programas establecidos en un determinado periodo; comprende las tareas de formulación, discusión aprobación, ejecución, control y evaluación del presupuesto.

Para poder determinar el uso presupuestal, se consolida los gastos que incluyen los proyectos a ejecutarse, las estrategias que se van a implementar, siendo aquella solvencia económica que permitirá poder cumplir con los objetivos planteados, abasteciendo cada una de las necesidades para obtenerlo tranzado. En base aquello se puede distribuir de manera correcta los recursos financieros para poder solventar los gastos, y en base a una planificación también se resguarde para imprevistos que puedan presentarse, invertir en proyectos vinculados a la mejora y fortalecimiento de la Asociación.

### **1.3 ASOCIACIÓN DE MUJERES ARTESANAS AUTÓNOMAS DE LA COMUNA DOS MANGAS “A.M.A.D.O.M”.**

En la comuna Dos Mangas se destacan dos grupos dedicados a la fabricación de artesanías que son: La Microempresa Comunitaria de Procesamiento y Elaboración de Artesanías en Tagua “Marfil Vegetal”, y la Asociación de Mujeres Artesanas de Dos Mangas, “A.M.A.D.O.M” que se especializan en la elaboración de la Paja Toquilla. Este último grupo, las artesanas trabajaron muchos años de manera individual, sin embargo en el transcurso del tiempo su producción aumento debido al reconocimiento turístico de su comuna, La buena aceptación de sus productos por clientes nacionales e incluso internacionales, provocó que los comerciantes de los diversos puntos con mayor afluencia turística de la ruta del Spóndylus, hicieran pedidos al por mayor, aumentando significativamente la producción. Es por ello que las artesanas trabajaron en conjunto para poder solventar la demanda, fue donde nace la idea de crear una asociación de mujeres, luego de proceder a diferentes recursos para legalizar su asociación, en el año 2000 logró tener personería jurídica, reconocidas legalmente por el ex Consejo Nacional de la Mujer, CONAMU, registrándose a la asociación con el nombre de “A.M.A.D.O.M” Asociación de Mujeres Artesanas De la Comuna Dos Mangas.

En la actualidad la Asociación de Mujeres A.M.A.D.O.M está conformada por 33 mujeres emprendedoras registradas, 60 no registradas, y 10 que contribuyen con la asociación por reemplazo de artesanas que se dirigen a ferias, capacitaciones u otros, o por la necesidad de mano de obra, estas artesanas tiene edades entre 24 hasta 73 años de edad, dispuestas a trabajar en busca del progreso y desarrollo de la asociación y de la comunidad. El centro artesanal está ubicado en el Barrio 28 de Abril construido con el apoyo de ciertas instituciones y su propio esfuerzo con la finalidad de fortalecer y mejorar sus condiciones de trabajo. El centro sirve de sede, centro productivo, taller, vitrina de exposición y venta de los productos, así como un lugar de encuentro e integración en el que celebran quincenalmente Asambleas Extraordinarias y mensualmente las Asambleas Ordinarias.

### **1.3.1 Comuna Dos Mangas, Historicidad y Evolución.**

La Comuna Dos Mangas fue fundada en 1943 el 15 de Enero de 1938, posee personería jurídica mediante Acuerdo Ministerial No. 015 reconocida por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, MAGAP y tiene una población de 877 habitantes. Su gente se dedica principalmente a la agricultura y ganadería, seguido de la actividad artesanal en paja toquilla y tagua que en las dos últimas décadas ha cobrado gran importancia por el despegue de la actividad turística en esta zona costera del Ecuador.

Su magnífico paisaje ha logrado llamar la atención de turistas nacionales y extranjeros, con una tendencia creciente de visitas surge una aportación muy significativa para los artesanos de esta comuna, beneficiando también a la venta de las artesanías donde acogieron reconocimiento de la zona siendo la productora y comercializadora de productos hechos en Paja Toquilla, sin embargo no todas las épocas del año permiten tener visita turística consecutiva,

Las artesanías que han sido su símbolo representativo ante la actividad comercial por muchos años, su experiencia y destreza hacen de estas artesanías un producto autóctono.

Para la mayoría de esta localidad las artesanías han sido y son su único ingreso económico para subsistir, a medida del tiempo fueron mejorando su proceso productivo adaptando nuevos métodos para darle mayor efectividad a la elaboración de artesanías, con un toque rústico aun.

En la actualidad se manejan bajo calderos hechos por las propias artesanas, maquinarias que fueron gestionadas para adquirirlas mejorando el proceso de la materia prima, también cuentan con máquinas de coser que regularmente no están siendo utilizadas, las artesanas trabajan para el bienestar de la Asociación sin embargo su producción no está siendo de manera equitativa, esto provoca que los resultados sean irregulares sin motivación y direccionamiento del volumen de producción no pueden comercializar estratégicamente.

### **1.3.2 Extracción de la Materia prima: Paja toquilla.**

La Paja Toquilla proviene de una especie de palmera de tamaño medio sin tronco cuyas hojas en forma de abanico salen desde el suelo, sostenidas por largos pecíolos cilíndricos. Cada planta tiene hojas anchas que alcanzan de 2 a 3 metros de largo. La parte exterior de las hojas tiernas o cogollo es de color verde, siendo el centro de las mismas de color marfil o blanco perla; esta es la parte de la que se obtiene la paja para la elaboración de las artesanías.

#### **1.3.2.1 Zonas y superficie de cultivo**

La paja Toquilla necesita ser cultivada en suelos húmedos, no puede ser cultivada en suelos secos, aunque puede crecer con riegos abundantes y abonos, sin embargo la calidad del producto final no sería la misma que aquella cultivada en suelos húmedos.

#### **1.3.2.2 Temporadas de cultivo y cosecha**

La paja toquilla puede ser cultivada en cualquier época del año debido a que no necesita de mucho cuidado; tiene aproximadamente de 4 a 5 meses desde que es sembrada hasta que esté lista para ser recolectada.

### **1.3.3 Proceso de Producción**

La Asociación A.M.A.D.O.M realiza el proceso de producción en el centro artesanal cuando las artesanas necesitan procesar su materia. Tomando en consideración los siguientes parámetros la unidad de medida de la paja - *1 ocho*- generando 15 o 20 ochos de paja toquilla procesada para abastecer la demanda interna de materia prima, como para la comercialización de la paja procesada a otras artesanas o comerciantes.

Hay que recalcar que el Ecuador es el único país que reúne las condiciones favorables, por la riqueza de minerales de sus suelos, para el cultivo de la “paja toquilla” que luego es utilizada para fabricarlos.

**1.3.3.1. Cosecha:** Luego de que esta cosechada, se traslada la materia prima, considerando que está separado la cáscara del corazón o lo que se va a utilizar posteriormente para tejer.

**1.3.3.2. Cocinado o cocción:** Para realizar el cocinado de la paja se procede en colocar en tanques con agua a 100°C permitiendo eliminar la clorofila de la planta y el color verdoso de la misma, este proceso dura aproximadamente 2 horas y luego se deja secar.

**1.3.3.3 Secado:** Mediante los rayos ultravioleta se procede al secado y al blanqueo de la paja toquilla, se necesita como mínimo 1 día para que se seque bien; de lo contrario, por ser fibra vegetal, se puede podrir. Con esta fibra de la paja toquilla se pueden elaborar diversas artesanías tales como, carteras, cinturones, gorras, adornos y los sombreros conocidos a nivel mundial como Panamá Hat.

**1.3.3.4 Tejido:** en cuanto al tejido las artesanía comunes como cartera, gorros, adornos puede tomar 1 día completo de labor en tejerse, mientras que un sombrero u otra artesanía fina toman de 2 a 3 meses, utilizan un trípode de madera donde va un molde, la artesana va tejiendo y se ayuda con otro molde que se pone en el pecho, aunque siendo incomoda la posición, es considera una técnica aplicada por los oriundos de la comuna. A la materia prima se la hace un poco más fina quedando como hilo, esto mejora el grado de calidad del producto.

Es por ello que antes de tejer, se procede a corta la paja toquilla mojada con la uña 1, 2, 3 o varias veces hasta obtener el grado o el grueso de la paja necesario, mientras más fina mucho mejor.

Es decir mayor número de pajitas en una misma sección:

Grado 0 es 10 pajas en 1 pulgada

Grado 1 es 11 pajas en 1 pulgada

Grado 2 es 12 pajas en 1 pulgada y así sucesivamente

En cuanto al sombrero fino de da un proceso más riguroso detallado a continuación:

**1.3.3.5. Asocado:** Consiste en presionar el extremo del sombrero tejido para que no se abra y cortar el exceso o pajas finales para que pueda pasar a los siguientes procesos.

**1.3.3.6 Lavado:** El lavado se realiza en tanques con agua bien caliente, mezclado con detergente normal para quitar la grasa e impurezas que tenga.

**1.3.3.7 Blanqueo:** Hace 30 años se utilizaba el molino de azufre que era una máquina que servía para hacer la molida de la lechada que era un producto que se ponía a los sombreros para que se logre un blanco artificial con el azufre.

Esta técnica se usaba mucho pero el color no era muy agradable, en la actualidad se utiliza un proceso óxido-reductor para realizar el blanqueo. Este proceso quita las que impurifican la paja y forman la ausencia de color, deja un tono Blanco marfil, más agradable que un blanco demasiado blanco, el cual de acuerdo a la experiencia no es muy bueno y debilita el material.

Las artesanas utilizan tanques rectangulares de acero inoxidable. El trabajo es manual, el obrero mueve los sombreros dentro del tanque para que de esta manera penetre mejor la solución blanqueadora que básicamente es agua oxigenada o peróxido de hidrógeno con otras sustancias (secreto de fabricación).

Este proceso podría hacerse en máquinas pero el problema es que se puede eliminar la película protectora que lo recubre, al eliminarse esta película protectora pierde la dureza y queda como sombrero viejo y de mal aspecto.

Una vez que salen los sombreros de los tanques de blanqueo se los ponen en una centrífuga para sacar el exceso de agua y se puedan secar más fáciles al sol, esta no daña el sombrero y es la misma que se usa en industrias de ropa.

**1.3.3.8 La Compostura:** esto se refiere hacer del sombrero recién tejido en un sombrero que solo le falte el último paso que es llevarlo a la prensa que es una máquina a vapor con una horma de aluminio que tiene en la parte alta un caucho que da la forma al sombrero.

**1.3.3.9 Tintura:** los colorantes para el algodón o para la lana son buenos a diferencia para este material; el tinte que utilizan es orgánico. Cuando es totalmente blanco lo llaman blichado. El tinturado no le resta dureza al sombrero, esto puede pasar con el blanqueo; cuando es demasiado blanco. Si el sombrero no va a pasar por el proceso de tintura se envía a los obreros para que hagan el planchado, maseteo, cortado del final de las pajas para que quede listo para entrar a la prensa donde se le da la forma requerida del pedido y está listo para ser vendido

**1.3.3.10 Prensa:** Todos los procesos son manuales excepto la prensa que es la única máquina que se utiliza. Son máquinas que trabajan a vapor; se pone el caucho (conocido como macho) en el sombrero, se coloca en la mejor posición y se lleva a la prensa. La parte baja de la prensa está caliente por el vapor pero la parte alta tiene agua y un caucho que la empuja a través de la bomba. La temperatura está a 100 o 110°C; el proceso dura de 20 a 30 segundos por sombrero para que salga con la forma deseada.

**1.3.3.11 Producto Terminado:** El sombrero está totalmente listo cuando está hormado, con cinta, tafilete, marca, etiqueta que explica que es producto hecho a mano en Ecuador, con etiqueta que explica cómo fue hecho el sombrero y la manera de cuidarlo.

**1.3.3.12 Embalaje:** Producto terminado terminados se traslada en cajas de cartón que pueden contener con cierto número de unidades dependiendo el tipo de sombrero, mientras que los sombreros que se exportan como materia prima para ser terminados en el país de destino se exportan en sacos o bultos de 240 unidades; esta forma de embalaje permite abaratar costos de envío. Todos los procesos funcionan con vapor y donde deben utilizar calderos que son las máquinas que producen el calor necesario para el blanqueo, lavado, tintura entre otros. Las artesanas realizan el tejido diariamente, ya sea en el taller o en sus hogares, confeccionan los artículos, entre otras, tanto en color natural como tinturado.

### **1.3.3 COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS EN PAJA TOQUILLA**

La elaboración de los productos de paja toquilla, no se utiliza una tecnología industrial avanzada, son hechos de manera manual, si consideramos que en Cuenca, las empresas cuentan con máquinas donde tienen las medidas de las tallas de los sombreros. La obra dentro de las provincia de Santa Elena, Montecristi, Pile, Jipijapa y San Lorenzo es manual, se utilizan planchas (las antiguas planchas que son calentadas en fuego) para darle forma a la plantilla.

Rojas B. y otros (2007) indican que las organizaciones grandes como en Cuenca “Ellos compran a las artesanas los sombreros dependiendo del tipo, modelo, calidad, cantidad y el tiempo que inviertan en la fabricación de sombreros. Aquí los intermediarios son los que más ganan, las tejedoras ganan cantidades irrisorias, siendo ellas las que tejen el sombrero. Después los intermediarios venden a los exportadores y estos los venden tanto en el mercado interno como externo, siendo este último mercado el que ofrece mayores ganancias”.

La comercialización que realizan las artesanas de A.M.A.D.O.M, comienza una vez terminadas las artesanías se almacenan en el centro artesanal donde se colocan en las vitrinas y perchas, a la espera de los clientes quienes visitan casi a diario la comuna, vendidas también a comerciantes de Montañita, Salinas lugares con mayor afluencia de turistas, quienes se han convertido en sus distribuidores directos de las Artesanías o bajo pedidos.

También almacenan productos para asistir a ferias o exposiciones invitadas, sin embargo no se cumple a cabalidad debido que no existe el apoyo total para abastecer la demanda externa. La comercialización se denota limitante, se concentran en un mercado saturado, no buscan alternativas para poder competir de manera agresiva, es indispensable la aplicación de marketing, buscar distribuidores directos e indirectos, y nivelar la calidad del producto para competir.

## **1.4 MARCO LEGAL**

De acuerdo a la base legal, se sustenta bajo los artículos de la Constitución de la República 2008, MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) leyes que se refiere al desarrollo social y económico de los ciudadanos ecuatorianos.

### **La Constitución del Ecuador 2008**

#### TÍTULO VI

#### Régimen de Desarrollo

#### Capítulo primero

#### Principios generales

**Art. 275.-** El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

**Art. 276.-** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.
6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

**Art. 277.-**Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

1. Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza.
2. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo.
3. Generar y ejecutar las políticas públicas, y controlar y sancionar su incumplimiento.
4. Producir bienes, crear y mantener infraestructura y proveer servicios públicos.

**5.** Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.

**6.** Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

**Art. 278.-** Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

**1.** Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.

**2.** Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

## **Capítulo segundo**

### **Planificación participativa para el desarrollo**

**Art. 279.-** El sistema nacional descentralizado de planificación participativa organizará la planificación para el desarrollo. El sistema se conformará por un Consejo Nacional de Planificación, que integrará a los distintos niveles de gobierno, con participación ciudadana, y tendrá una secretaría técnica, que lo coordinará. Este consejo tendrá por objetivo dictar los lineamientos y las políticas que orienten al sistema y aprobar el Plan Nacional de Desarrollo, y será presidido por la Presidenta o Presidente de la República. Los consejos de planificación en los gobiernos autónomos descentralizados estarán presididos por sus máximos representantes e integrados de acuerdo con la ley.

Los consejos ciudadanos serán instancias de deliberación y generación de lineamientos y consensos estratégicos de largo plazo, que orientarán el desarrollo nacional.

**Art. 280.-** EL Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

### **Capítulo sexto: Trabajo y producción**

#### **TÍTULO VII: RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR**

##### **Capítulo primero: Inclusión y equidad**

Dentro de los artículos del buen vivir que aportan al proyecto mencionado se consideran los siguientes:

**Art. 343.-** El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura.

El Estado garantiza que la educación debe desarrollar las capacidades y potencialidades de los ecuatorianos y debe incorporar las tecnologías de la información y comunicación para propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales.

### **Sección Quinta: Cultura**

**Art. 377.-** El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

## **Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad**

Según el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad se encarga de velar porque todos los esfuerzos de las entidades vinculadas a la producción, empleo y competitividad sean exitosos y logren un Ecuador inclusivo, positivo y en potencia, generador de empleo de calidad, productivo y competitivo, con políticas públicas integrales, e impulsado por una transformación productiva, y la cooperación público-privada comprometida con la equidad, el desarrollo y el buen vivir.

### **MIES (Ministerio de inclusión Económica y Social)**

De acuerdo a la misión y visión del MIES se definen los siguientes objetivos estratégicos:

- Ampliar las capacidades de la población mediante la generación o garantía de las oportunidades de acceder a los servicios sociales de educación, formación, capacitación, salud, nutrición, y otros aspectos básicos de la calidad de vida que influyen en la libertad fundamental del individuo para vivir mejor;
- Promover la inclusión económica de la población mediante la generación, distribución o garantía de las oportunidades de poseer, acceder y utilizar los recursos económicos de la sociedad para consumir, producir o realizar intercambios, de tal forma que se garanticen las oportunidades de acceso a trabajo, ingreso y activos;
- Garantizar el derecho de la población a la protección social, familiar y especial, de modo que no sufran grandes privaciones como consecuencia de cambios materiales que afectan negativamente sus vidas, mediante la regeneración sistemática de un nivel mínimo de ingresos y la protección o restitución de sus derechos económicos y sociales, de tal forma que garanticen las oportunidades para vivir con seguridad; y, fomentar la ciudadanía, la organización y la cohesión social mediante la promoción o garantía de participación de los ciudadanos y ciudadanas como actores fundamentales de su propio desarrollo.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.**

La presente investigación se desarrolló considerando la investigación cuantitativa y cualitativa. Desde el enfoque cuantitativo permitió involucrar a las teorías y procesos científicos desarrollados en estudios similares, recogiendo y analizando datos cuantitativos sobre las variables. Del mismo modo el enfoque cualitativo permitió ser:

- ✓ Flexible y elástico porque se adaptó a lo que se descubrió en el trabajo de campo pudiéndose modificar una vez iniciada la investigación.
- ✓ Holístico: se esforzó por comprender la totalidad del fenómeno de interés.
- ✓ Comprendió el fenómeno social: sin hacer predicciones.
- ✓ Análisis continuo: este determinó las estrategias a seguir, analizó los sesgos o prejuicios del investigador.

El diseño de manera cualitativa y cuantitativa es idóneo para este tipo de investigación, siendo fundamental el uso adecuado de las metodologías, el carácter explícito y lo riguroso de sus argumentaciones tanto como sus objetivos.

#### **2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.**

La modalidad del trabajo que se utilizó en esta investigación, es el de proyecto factible o de intervención, que según Yépez E. (2004): “Comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas programas, tecnologías, métodos o procesos. “Para su formulación y ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental, de campo o de un diseño que incluya ambas modalidades”. Pág. #. 56.

Este tipo de modalidad permite identificar la viabilidad del proyecto a través de un previo estudio del tema a investigar, determinando puntos esenciales para dar soluciones a una problemática específica, que es sostenida de manera teórica y práctica.

## **2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1 Por el propósito:**

#### **2.3.1.1 Básica:**

##### **➤ Investigación básica:**

Este tipo de investigación contribuyó a la ampliación del conocimiento científico, fundamentó la implementación de teorías en base a la problemática a investigar y permitió realizar la intervención respectiva dentro las necesidades surgidas, se aplicó teorías y leyes que sustentan el Plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas “A.M.A.D.O.M.”, dándole la viabilidad respectiva del proyecto.

### **2.3.2 Por el nivel:**

#### **2.3.2.1 Nivel exploratorio:**

La respectiva investigación se realizó bajo el nivel exploratorio, que permitió sondear, monitorear, indagar, analizar y explorar las diversas situaciones que ocurren dentro del proceso de la investigación, esto ayudó a tener una información oportuna y relativa para examinar sus antecedentes históricos, su evolución en el tiempo, y detectar las necesidades actuales a través del respectivo análisis en la gestión que es realizada por las artesanas vinculadas directa e indirectamente con la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas, A.M.A.D.O.M. para tomar decisiones certeras y enfocadas a la realidad, estos datos se tornan el sustento del tema de investigación.

### **2.3.3 Por el lugar:**

#### **2.3.3.1 Investigación documental:**

La investigación documental permitió recopilar información oportuna a través de datos archivísticos y bibliográficos, que respaldaron a la investigación a través de fuentes secundarias como: libros, libros virtuales, revistas, artículos, consulta a especialistas, tesis, enciclopedias, publicaciones, manuales, entre otros documentos en general.

#### **2.3.3.2 Investigación de campo:**

La investigación de campo dio apertura a comprender directamente la situación actual de la problemática que presenta la Asociación de mujeres autónomas “A.M.A.D.O.M.” se procedió observar su forma de producir, comercializar y gestionar las actividades que realizan las artesanas, captando directamente cada detalle del problema, de esa manera se logró obtener datos relevantes para ser analizados

Esto permitió comprender la necesidad de aplicar un plan estratégico para la Asociación de Mujeres Artesana Autónomas “A.M.A.D.O.M.” de la comuna Dos Mangas, debido a la necesidad surgida por su situación actual.

## **2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación se desarrolló considerando los siguientes métodos:

### **➤ Método Inductivo:**

Este método permitió analizar los acontecimientos que se suscitan de manera general, donde se destacó las causas que provocan un rendimiento poco efectivo en la Asociación de mujeres “A.M.A.D.O.M.”; esto sostiene una toma de decisiones pertinente para poder ejecutar cursos de acción en cada área, a través de planes sustentados de acuerdo a las necesidades reales de la Asociación.

Es por ello que se analizó la situación de la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas, destacando inexistencia de planes que ayuden a direccionar de manera adecuada el rumbo de sus actividades, esto provocaba la ineficiencia en la producción y consecuentemente en la comercialización, afectando drásticamente al estilo de vida de los artesanos y la comuna en general.

➤ **Método Analítico:**

Este método se utilizó para analizar cada una de las partes o elementos del tema, conociendo su esencia o naturaleza para comprender mejor su comportamiento. Este método permitió dar una idea más clara de una determinada situación.

El Método permite descomponer un todo en partes o elementos de esta manera se pudo observar el fenómeno, las causas, el origen y los efectos de la situación, comprender su esencia.

Este análisis detallado accede conocer más acerca del objetivo de estudio para comprender de manera más clara, hacer analogías o comparaciones, identificar el comportamiento y establecer nuevas teorías.

## **2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

En el presente proyecto se aplicó diversas técnicas de la investigación para obtener información relevante y los recursos fundamentales de recolección de información, de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento.

Estas herramientas que ayudan analizar detalladamente los sucesos y fenómenos que presenta la problemática expuesta para buscar alternativas de solución.

A continuación se detallan los métodos donde se aplicaron diferentes técnicas de campo, dirigidas a recoger información primaria tales como: observación directa, entrevista y encuesta.

### **2.5.1 Observación Directa.**

Es una técnica consistió en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso de manera directa, tomar información real de acuerdo a sus diversas acciones ante las presentes situaciones y registrarla para su posterior análisis.

Esta técnica permitió estar contacto personalmente con las artesanas siendo el recurso humano, analizando su forma de administrar las actividades de la asociación de mujeres autónomas A.M.A.D.O.M., con el objetivo de recolectar información real y oportuna en el campo de acción, constatando cada detalle. Esto dio apertura a detectar situaciones y necesidades de alta prioridad para la investigación.

### **2.5.2 Entrevista**

La entrevista fue utilizada para recopilar la información, a través de un guión de preguntas, que es caracterizada por el dialogo abierto y contacto directo. Esta técnica fue empleado a 10 artesanas que están involucradas de la Asociación, quienes darán la información oportuna que permita despejar inquietudes en el transcurso de la investigación, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta

Esta técnica dio apertura a tabular y analizar datos estadísticos, obteniendo como resultados información confiable y pertinente. Se realizaron preguntas abiertas a las artesanas socias registradas y no registradas que se involucraban en este proceso, captando cada opinión para da un análisis general de sus declaraciones.

Esto permitió conocer más de fondo detalles que aportaron significativamente en el proyecto.

### **2.5.3 Encuesta**

Se aplicó la encuesta para la recopilación de datos del proyecto de investigación, a través de preguntas concretas a las artesanas asociadas y no asociadas de la Asociación “A.M.A.D.O.M.”, a través de un cuestionario normalizado que contiene un banco de pregunta para obtener resultados exactos, para el cuestionario se aplicó la Escala de Likert.

## **2.6 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.6.1 Ficha de Observación**

Esta herramienta permitió observar y analizar cada actividad específica de manera directa o en el campo a estudiar, a través de una escala de puntuación se va calificando de acuerdo a su debido cumplimiento, esto permitió describir el lugar, persona u objeto que se estudió para relacionar los hechos previamente observados.

### **2.6.2 Guión de Entrevista**

Su aplicación permitió recolectar información oportuna y poder analizar el punto de vista de cada artesana seleccionada como muestra, Siendo el esqueleto, o bien la estructura ósea de una técnica que permitió profundizar en el sujeto, en su acontecer productivo y comercial. (Ver Anexo 2)

### **2.6.3 El Cuestionario**

Instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas cerradas respecto a una o más variables a medir.

El cuestionario permitió seleccionar preguntas idóneas y concretas para adquirir información pertinente, esto dio apertura para analizar cada necesidad de la asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas “A.M.A.D.O.M”. Dentro de este cuestionario se realizó bajo la escala de Likert que facilito la tabulación de los mismos.

En la elaboración del Cuestionario se utilizó la Escala de Likert, escala psicométrica comúnmente utilizada en los cuestionarios, el cual permitió darle la puntuación respectiva a la respuesta dada por la artesanas.

Siendo este un instrumento de medición o de recolección de datos, que a través del tiempo ha probado ser de alta confiabilidad y validez, lo que permitió determinar el nivel de apreciación sobre la aplicación de un Plan estratégico por parte de los encuestados como son las artesanas de la asociación A.M.A.D.O.M, a través de las diferentes alternativas de respuestas propias de la escala, que el individuo debe elegir.

De acuerdo a esta escala, esto nos permitió realizar la tabulación de los datos y el análisis estadístico para posteriormente determinar las conclusiones y recomendaciones de los datos obtenidos.

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
--------------------------	---------------------	--------------------------------------	------------	-----------------------

## **2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **2.7.1 Población**

Una población las cuales se efectúan sobre una característica común de un grupo de seres o conjunto de objetos. Es por ello que para el estudio respectivo de esta investigación se consideró la población que se relacione directamente con la hipótesis planteada, por lo tanto la población del estudio se conformó por 103 personas de las cuales corresponde a: 33 damas artesanas asociadas registradas, 60 damas artesanas no registradas de la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M.” de la Comuna Dos Mangas. También se consideró a 10 damas artesanas activas de la comuna que se dedican a la misma actividad, teniendo una población relativa y significativa.

**Cuadro 3. Población**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>N°</b>
Artesanas asociadas registradas	33
Artesanas asociadas no registradas	60
Artesanas activas de la Comuna que se dedican a la misma actividad.	10
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>

**Fuente:** Sra. Herlinda González Merejildo  
Socia de Asociación de Artesanas de la Comuna Dos Mangas

### **2.7.2 Muestra**

La muestra determinó el número de artesanas que se consideran para la recolección de los datos y debe ser representativo de dicha población, y realizar el respectivo análisis.

Considerando que la población o universo es finito, se utilizara como muestra el total de la población, debido a que el número de artesanas a investigar es reducido, fue recomendable tomar el mismo número de población como muestra, consecutivamente se obtuvo una información más real.

Dentro de las cuales se realizó la entrevista a las 10 socias que conforman la directiva, y la encuesta a las socias que se encuentran involucradas con la Asociación, siendo las 33 damas Artesanas Asociadas registradas, las 60 mujeres artesanas no registradas en la documentación legal pero que forman parte de la Asociación y, las 10 artesanas activas independientes de la Comuna que se dedican a la misma actividad y aportan a la producción cuando se las requiere, juntas conforman un total de 103 personas que es la muestra elegida, de esta manera se obtuvo información oportuna y exacta para el análisis respectivo.

**Cuadro 4 Muestra**

<b>MUESTRA</b>	<b>N°</b>
Artesanas asociadas registradas	33
Artesanas asociadas no registradas	60
Artesanas activas de la Comuna que se dedican a la misma actividad.	10
<b>TOTAL</b>	<b>103</b>

**Fuente:** Sra. Herlinda González Merejildo  
Socia de Asociación de Artesanas de la Comuna Dos Mangas

## **2.8 PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS**

### **2.8.1 Procedimiento de los Datos**

Al realizar el estudio del presente proyecto, se fue al lugar de los hecho para diagnosticar las necesidades que presentaba la Asociación dentro de sus actividades, se adquirió información relativa mediante libros, tesis, folletos, reportajes que desplegó información actualizada y relativa, consolidada con las visitas de campo quienes reflejaron la necesidad prioritaria que presenta la Asociación como es la escasas en la gestión administrativa para proceder con la implementación de un Plan estratégico amparado con las leyes y principios que se establecen en toda organización.

Para lo cual, se aplicó las técnicas de recolección de información a las involucradas con la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas De la Comuna Dos Mangas a través de las técnicas de recolección de información como la Observación directa: que se efectuó a las artesanas de la Asociación la cual permitió analizar la situación directamente del campo, a través de diversos parámetros que aportaron significativamente al momento de dar el análisis para el proceso de operatividad y mejora continua.

En las entrevistas: se efectuaron a 10 artesanas de la junta directiva, que dieron apertura a una indagación más profunda y abierta, surgiendo un despliegue de escenarios detallados que respaldaron la hipótesis, y como último paso se realizó las encuestas realizadas a las 103 artesanas involucradas que permitieron determinar de manera concreta la situación que atravesaba la Asociación De mujeres Artesanas Autónomas de Dos Mangas, mediante preguntas cerradas o cuestionario.

### **2.8.2 Procesamiento de los datos**

Para describir los resultados obtenidos de la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos, se realizó por medio de una tabla de frecuencias, un gráfico estadístico y, una explicación del contenido de las tablas de frecuencia por cada ítem.

Mediante los gráficos estadísticos se pronuncia de manera porcentual, las respuestas dadas por los involucrados reflejando desde el más alto porcentaje representativo hasta el más bajo.

En la etapa de procesamiento de datos incluye la recolección de los datos primarios de entrada para ser tabulados, evaluados y ordenados, siendo el conjunto de pasos previos al establecimiento de las conclusiones del estudio.

A través de la recolección de información, se procedió a dar un análisis prudente acorde a las respuestas, opiniones y la observación en el campo, siendo evaluados y ordenados de acuerdo a:

- a. La recopilación de información oportuna real y concreta que se deseaba seleccionar.
- b. Luego se procede a graficar el procesamiento de los datos mediante la elaboración de un diagrama que identifique el nivel de respuestas por cada pregunta, para la caracterización de las entradas - salidas de cada proceso.
- c. Se realizaron programas para cada ejecución operativa

Siempre es importante la validación de los datos, para la obtener un proceso íntegro y real., de esta manera se pueda tomar las decisiones o realizar las acciones conveniente ante la situación presentada. Esto dio apertura a un mejor enfoque cuantitativo, donde numéricamente se reflejaron cifras porcentuales que direccionaron a la esencia del proyecto con realce estadístico, que permitió detectan porcentualmente su cumplimiento. De esta manera se procedió a que cualitativamente se dé un análisis concerniente a la problemática de esta asociación detallando la información recolectada de manera directa con las artesanas y bajos sus opiniones y cometarios, esto sirvió de sustento ante la aplicación del Plan estratégico.

Dentro de un análisis se procede a realizar las tablas, gráficos y explicaciones por cada ítem, se presentaron con claridad para garantizar comprensión de manera numérica y explicativa, para respaldar las proximidades a la comprobación de las hipótesis.

Es fundamental que en el procesamiento de datos se tome en consideración las opiniones impartidas, esto fundamenta el contenido para tomar las decisiones certeras ante el plan estratégico, ayudando a direccionar los objetivos y estrategias a implantarse, con una base fundamentada de información los resultados son fructíferas.

Permitirá tomar medidas correctivas, implementación de estrategias acorde a sus necesidades, su análisis respectivo fomenta aun direccionamiento certero para poder cumplir con la meta que se ha planteado, ejecutando sus cursos de acción acorde a su operatividad se fomenta el compromiso y el cumplimiento de cada actividad planificada.

El procedimiento y procesamiento de datos es fundamental para proceder estadísticamente y cualitativo para la verificación del nivel de cumplimiento operacional en cada una de sus áreas involucradas, permite identificar los parámetros a evaluar, obtener las conclusiones para un mejor enfoque estratégico.

## CAPÍTULO III

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

#### 3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE OBSERVACIÓN

En la asociación de mujeres A.M.A.D.O.M. se procedió a realizar la observación directa a través de acciones a evaluar específicas para determinar su nivel de cumplimiento en las áreas administrativas, comercial y productivo.

#### GUÍA DE OBSERVACIÓN

**Objetivo:** Analizar de manera directa el nivel de cumplimiento que presenta la Asociación de Mujeres Autónomas de la Comuna Dos Magnas mediante la técnica de la observación para una recopilación de información oportuna y real.

#### **Observación directa del área Administrativa en la Asociación A.M.A.D.O.M. Escala de cumplimiento**

		<b>4 Siempre</b>	<b>3 Muchas veces</b>	<b>2 De vez en cuando</b>	<b>1 Nunca</b>	
"A.M.A.D.O.M." Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas de la Comuna Dos Mangas		<b>Asunto:</b>	Elaboración de un Plan Estratégico			ÁREA: ADMINISTRATIVA
		<b>Fecha:</b>				
N°	Acciones a evaluar	Registro de Cumplimiento				Observaciones
		4	3	2	1	
1	Cumplen los objetivos que se plantean.			X		
2	Llevan un control sobre sus actividades.			X		
3	Cumplen con el trabajo encomendado.			X		
4	Utilizan los recursos de manera correcta.			X		
5	Aplican la comunicación efectiva				x	
6	Cada artesana cumple con una función específica.			X		
7	Cuentan con la infraestructura adecuada para el manejo de la producción.		X			

**En el área administrativa:** Se realiza un análisis de cada acción, de esta manera se determinan el nivel de cumplimiento de las actividades, y la forma de administrar, organizar, dirigir, controlar y dar seguimiento a las actividades de la Asociación de Mujeres A.M.A.D.O.M. por parte de los miembros de la junta directiva. De esta manera tomar medidas correctivas ante las inconsistencias que se presenten.

Siendo el área administrativa la parte fundamental de toda organización, la cual direcciona las actividades de manera correcta y oportuna mediante procesos ajustados a las necesidades que presente la asociación.

Es por ello que se procedió con el análisis respectivo de cada gestión que realizan las socias artesanas calificando el nivel de cumplimiento y aplicación de estrategias acorde a su entorno interno y externo, comunicación específica, conllevando a resultados favorables que permitan tomar decisiones relevantes y sustentables.

- **Cumplen con los objetivos**

De acuerdo a la respectiva observación directa que se realizó hacia la Asociación de Mujeres artesanas autónoma de Dos Mangas A.M.A.D.O.M. se denotó que un nivel de cumplimiento es muy bajo, debido al escaso compromiso y responsabilidad que debe tener cada socia para cumplir con los objetivos que se plantea. Es importante estipularlo y darle el seguimiento respectivo tener una coordinación del cumplimiento de los objetivos.

Es necesario que establezcan una escala de prioridad de los objetivos para ubicarlos en un orden de cumplimiento de acuerdo a la importancia y urgencia que tengan, de esta manera se pueda concluir con la meta, caso contrario continuarían dejando a mitad de proceso la gestión.

También es indispensable tener estándares, para poder medir y dar seguimiento al nivel de cumplimiento de cada objetivo de acuerdo al cronograma, y detectar a tiempo si es necesario modificarlos o no, para que sean cumplidos a cabalidad.

- **Llevan un control sobre sus actividades.**

De acuerdo a la observación, se denoto falta de control en las actividades por parte de los miembros de la directiva, no llevan una jerarquía de prioridad para poder diagnosticar el nivel de cumplimiento de las gestiones administrativas, productivas y de comercialización.

Es importante también destacar que sus reuniones solo las realizan una vez al mes, tratan sobre la gestión que realizaron en esos días, y no se trata sobre los proyectos que se han quedado sin una resolución alguna, comprobándose mucha inconformidad y poco conformismo, esto provoca que pierdan oportunidades en el mercado, al no dar el control respectivo en las actividades provoca descoordinación, desintegración, y mal direccionamiento, convirtiéndose en una asociación susceptible ante los cambios que se susciten en el entorno tanto interno como externo.

- **Cumplen con el trabajo encomendado.**

Analizando el nivel el nivel de cumplimiento de las distintas actividades que tiene asignada de forma habitual, se diagnostica que cada socia, tiene la responsabilidad de cumplir como un mínimo con 10 artesanías para llegar al objetivo, los cuales tienen que presentar un martes de cada fin de mes, sin embargo muchas no cumplen con lo establecido y llevan menos artesanías de las que les habían solicitado, lo que les ha venido perjudicando significativamente, debido a que ha existido casos donde clientes que visitan la comuna han solicitado al por mayor los productos y al no contar en stock, el cliente opta por no comprar ninguna artesanía.

Es necesario que en las artesanas exista compromiso y responsabilidad en el cumplimiento de las actividades designadas, esto asegura una buena imagen de la asociación, obtiene un buen rendimiento alineado con los objetivos para obtener resultados esperados, para ello se necesita mayor compenetración en lo que realizan.

- **Utilizan los recursos de manera correcta.**

De acuerdo al manejo de los recursos tanto tangible como intangible no son usados de la mejor manera, si analizamos lo tangible:

En cuanto a la materia prima cuentan con maquinaria para procesarla pero son máquinas no utilizadas, en lo económico han recibido ayuda financiera externa por las ONG y muchas veces no distribuyen correctamente el dinero que no se llega a la meta planteada. En lo intangible tiene la oportunidad de utilizar el potencial humano por su experiencia, conocimiento, habilidades, destreza en el tejido, y no es motivado para obtener resultados favorables, por último su imagen y reputación no alcanza los estándares para competir en el mercado.

- **Aplican la comunicación efectiva**

La asociación de artesanas, no cuenta con una buena comunicación que brinde una emisión y recepción de información prudente y efectiva a todos los miembros de la institución, esto perjudica sustancialmente porque no se da secuencia a un proceso, al contrario distorsiona y retrasa las actividades planteadas.

Dentro de la comunicación encontramos la comunicación verbal, al transmitir la información, la cual regularmente no es transmitida de la mejor manera, la no verbal expuesta a través del lenguaje corporal, cuando muestran entusiasmo o desmotivación, esto afecta indirectamente a los demás, y la escrita a través de papeles que debe ser compartida con todas las artesanas, y se sientan parte importante de lo que se realiza para lograr compromiso.

La comunicación de la Asociación de Mujeres A.M.A.D.O.M. debería ser integra debido a que, esta dirige un público interno internos (artesanas, socias), y a un público externo (clientes, distribuidores, visitantes), para expandir una información real y oportuna, teniendo en consideración que la comunicación efectiva es un componente esencial del éxito organizacional por lo tanto no solo el presidente comunal debe colaborar, sino todos los miembros de la unidad de trabajo.

- **Cada artesana cumple con una función específica.**

Cada artesana que intervenga dentro de la Asociación de Mujeres tiene una función específica, sin embargo no siempre se cumple con la función designada, hay socias que realizan las actividades del presidente no por el hecho de que exista empoderamiento, sino por el carecimiento de conocimiento y de liderazgo para manejar situaciones presentes. Cuando una artesana no realiza sus función, lo asume otra artesana que al final si se lo analiza de manera individual, las artesanas que sustituye obtiene más trabajo pero también obtiene más ingresos, si lo analizamos de manera organizacional la institución sufre un gran descenso en su nivel de cumplimiento; al tener retraso de tiempo, falta de productos en stock, falta de empoderamiento en las actividades.

El inconveniente que se suscita, cuando las artesanas no asumen este rol como equipo de trabajo solo lo realizan de acuerdo a su comodidad, sino disponen de tiempo para hacer las artesanías, simplemente no cumplen con el trabajo encomendado, y estos casos no están dentro de lo aceptable y del margen de error de todo negocio, esto simplemente perjudica la asociación de manera general.

- **Cuentan con la infraestructura adecuada para el manejo de la producción.**

La asociación de Mujeres “A.M.A.D.O.M.” si cuenta con la infraestructura, donde gestiona sus actividades con la ONG para poder adquirir maquinaria para poder coser la paja toquilla, en la actualidad las maquinarias no son usadas. A.M.A.D.O.M. compra la materia prima (paja toquilla) procesada a una familia artesana que se encarga del proceso, su infraestructura es hecha artesanalmente.

Nuevamente se ha pedido a una ONG para poder mejorar la infraestructura de la asociación, con el objetivo de concentrar el proceso de producción dentro de las instalaciones, sin embargo el proyecto aún está en proceso porque la ONG primero sigue una secuencia en sus actividades y antes de brindarle la ayuda solicitada, necesitan primero capacitar a las artesanas.

## Observación directa del área comercial en la Asociación A.M.A.D.O.M.

### Escala de cumplimiento

**4 Siempre**                      **3 Muchas veces**                      **2 De vez en cuando**                      **1 Nunca**

“A.M.A.D.O.M.”. Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas de la Comuna Dos Mangas		<b>Asunto:</b>	Elaboración de un Plan Estratégico		<b>ÁREA: COMERCIAL</b>	
		<b>Fecha:</b>				
N°	Acciones a evaluar	Registro de Cumplimiento				Observaciones
		4	3	2	1	
1	Dan seguimiento a la competencia			X		
2	Aplican técnicas de ventas			X		
3	Tiene poder de negociación con los clientes				X	
4	Establecen los precios de los productos en base a un estudio previo				X	
5	Ejercen control en las entradas y salidas de sus productos			X		
6	Indagan sobre las necesidades de los clientes				X	
7	Llevan un control sobre el volumen de sus ventas				X	
8	Aplican estrategias de mercadotecnia			X		
	TOTAL					

**En el área comercial:** Se analiza cada parámetro para diagnosticar de qué manera realizar el proceso de comercialización en la asociación, su nivel de cumplimiento en la aplicación de técnicas y estrategias de venta, su indagación ante la competencia, su posicionamiento en el mercado competitivo, y el control de sus actividades, de esta manera obtener información oportuna, para tomar medidas y decisiones acordes a su estado actual.

- **Dan seguimiento a la competencia:**

Se debe dar seguimiento a los competidores para poder conocer hacia dónde se orientan, qué hacen bien o mal, y poder mejorar lo que ellos realizan, determinar sus técnicas, estrategias, esto garantiza mantener un nivel competitivo, sin embargo para la asociación es casi nula, solo verifican los precios de las artesanías para poder vender acorde al mercado, sin embargo se encuentran en desventaja debido al costo de producción. Esto mantiene a la organización como poco competitiva lo que resulta arriesgado que hasta puede desplazarla del mercado.

Siendo uno de los puntos fundamentales de la planificación, No dan un seguimiento respectivo que diagnostique las estrategias de la competencia (benchmarking) para poderlas mejorar y aplicarlas. Se basan en un reducido mercado, donde la clientela es incierta y variada, es por ello que la competencia abarca a clientes locales y nacionales, volviéndose líderes en el mercado competitivo.

- **Aplican técnicas de ventas**

Al realizar la venta, las artesanas no aplican por completo la técnica de venta AIDDA en todos los clientes, siendo la parte fundamental para poder obtener la atención, el interés, la demostración, el deseo del cliente, y la acción donde se ejecuta el cierre de la venta, cabe también recalcar que no realizan la postventa que les permite verificar la satisfacción del cliente con el producto luego de adquirirlo.

Es indispensable que la asociación aplique técnicas proceso de venta para persuadir al cliente o posible cliente. Si se aplica este tipo de herramienta, se obtendría un nuevo enfoque competitivo, direccionado en satisfacer las necesidades de los clientes, detectar gustos y preferencia, es decir analiza el entorno siendo apropiado sintiéndose seguras de que su producto cumple aquellas expectativas. Las artesanas necesitan entrenamiento y conocimiento para poner en marcha un proceso de venta.

- **Tiene poder de negociación con los clientes**

El poder de negociación de la asociación con los cliente es nula, regularmente los clientes son los que tiene el mando al momento de negociar el producto, debido al poco conocimiento que tienen las artesanas en los negocios. Los clientes tienen mayor influencia en el producto que el propio vendedor, por ello se obtiene resultados poco favorables de acuerdo al trabajo y esfuerzo que realizan las artesanas, siendo sus costos son mucho más elevados, y su mano de obra es poco reconocida al momento de divagar en la negociación.

En este punto también influye la comunicación verbal y corporal que presenta el vendedor ante el cliente externo, de esa manera demuestra su posición en la venta al momento de estar frente a un cliente. Las artesanas necesitan convertirse en vendedoras a más de ser productoras de sus propias artesanías, teniendo una ventaja muy grande que es el conocimiento sobre el producto, el cual provoca poder de convencimiento ante los clientes.

- **Establecen los precios de los productos en base a un estudio previo**

Los productos no son establecidos bajo un estudio previo, son designados de acuerdo al precio que tiene la competencia líder para poder competir, los cuales provocan relativamente pérdidas, debido a que no se equilibran con el costo de producción y mano de obra

Una fijación correcta de precio permite tener utilidad sobre las ventas o la inversión., para aquello hay que analizar factores tanto internos como externos que inciden en fijación de precio, como Costes., Cantidad. Beneficios fijados, Mercados. Tipos de clientes, zonas geográficas, canales de distribución., promoción.

Cabe recalcar que conlleva un análisis muy rigurosos al momento de colocar precios a los productos, y no solo de asignarlo con un cálculo al azar, es importante considerar que el precio también cataloga el producto final, para aquello se necesita de un producto de calidad y posicionamiento en el mercado.

- **Ejercen control en las entradas y salidas de sus productos**

El inventario de los productos de la asociación A.M.A.D.O.M. no es controlado de la manera más adecuada, el registro que presentan lo realizan de maneja empírica, sin ninguna secuencia lógica, por ello no permite identificar y dar seguimiento al manejo comercial de las artesanías.

Esto ha provocado una descoordinación entre las áreas administrativas, productivas y comerciales, no toman en consideración el volumen de mercadería, las cuales deben ser elaboradas en base a un previo estudio y análisis.

Es importante que la asociación presente un control respectivo del movimiento de los productos, así se verifique el nivel de cumplimiento en las ventas, el stock anterior y posterior, el destino del producto, para poder tomar medidas correctivas de acuerdo a su situación actual.

- **Indagan sobre las necesidades de los clientes**

Las artesanas de la asociación A.M.A.D.O.M. no indagan sobre las nuevas tendencias y necesidades del cliente, regularmente se mantienen con los mismos modelos, porque tampoco se arriesgan a innovar el producto.

Los clientes son la parte fundamental de una organización, si no se detecta las necesidades, sus gustos y preferencias reales, no se puede brindar un producto que no cubra las expectativas que el cliente desea. Las necesidades de los clientes están en constante cambio, es por ello que se debe estar a la vanguardia del movimiento que se dé en el entorno.

La competencia está en constante monitoreo, es indispensable que la Asociación detecte aquellos cambios y pueda manejarlos al mismo nivel, esto da mayor posicionamiento, manejo de recursos de manera eficiente, fidelización de los clientes, mayor segmentación de mercado, acaparar oportunidades que se presenten, manejar las amenazas como ventajas competitivas, provocando estabilidad y posicionamiento en la mente de los clientes.

- **Llevan un control sobre el volumen de sus ventas**

Regularmente no llevan un control sobre sus ventas, lo que no permite reflejar un historial estadístico real, en la actualidad las artesanas solo hacen el inventario financiero sobre el total de las artesanías, pero no controlan que productos son los que mayor acogida tienen en el mercado, para cualquier análisis lo hacen hipotéticamente de acuerdo su escasa venta.

Es indispensable determinar el movimiento de los productos, donde se analiza que productos tienen mayor acogida en el mercado y cuales tienen menos salidas, así se estudia minuciosamente como mejorar la calidad del producto y, hacerle la publicidad respectiva para su reconocimiento en el mercado.

- **Aplican estrategias de mercadotecnia**

Según el respectivo estudio la asociación A.M.A.D.O.M. no aplica estrategias de mercadotecnia, siendo perjudicial para poder satisfacer los deseos y necesidades de los clientes, Estos factores afectan significativamente en el proceso de venta y comercialización de los productos.

Si la asociación aplicará estas estrategias, lograría captar más clientes, incentivar las ventas, dar a conocer los productos, lograr una mayor cobertura o exposición de las artesanías, obteniendo un mejoramiento continuo en sus operaciones con la finalidad de mantenerse y competir en el mercado.

Esto ha perjudicado significativamente dentro del ámbito competitivo, teniendo como debilidad su escases en aplicar estrategias para promocionar los productos y servicios que ofrece la asociación y la comuna en general.

Toda empresa busca que su producto sea reconocido sino se lo promociona su acogida será mínima, en el caso de la asociación surge la necesidad de un marketing agresivo que promocione la variedad de servicio, su mano de obra, y su producción artesanal, este reconocimiento atrae mayor cliente, donde la segmentación no será de manera limitada.

## Observación directa del área productiva en la Asociación A.M.A.D.O.M.

### Escala de cumplimiento

<b>4 Siempre</b>		<b>3 Muchas veces</b>		<b>2 De vez en cuando</b>		<b>1 Nunca</b>	
“A.M.A.D.O.M.”. Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas de la Comuna Dos Mangas		<b>Asunto:</b>	Elaboración de un Plan Estratégico		<b>ÁREA:</b> PRODUCTIVA		
		<b>Fecha:</b>					
N°	Accionar a evaluar	Registro de Cumplimiento				Observaciones	
		4	3	2	1		
1	Producen de acuerdo a una respectiva planificación				x		
2	Buscan mejoras en la calidad del producto			x			
3	Cuentan con maquinaria adecuada para una producción eficaz			x			
4	Disponen de materia prima suficiente	x					
5	La producción es oportuna para la comercialización			x			
6	Utilizan equipos de protección industrial				x		

**En el área Productiva:** Se determina la forma de producir las artesanas, su seguridad industrial al momento de realizar el proceso de producción, la calidad del producto, la disponibilidad de la materia prima, el proceso de producción y el producto final para ser comercializado, de esta manera se adquiere información oportuna y se puede dar un análisis respectivos acorde a la situación actual del área.

- **Producen de acuerdo a una respectiva planificación.**

La asociación A.M.A.D.O.M. no cuenta con una planificación respectiva para producir de manera oportuna y eficaz, regularmente la materia prima es comprada de acuerdo a un estimativo de venta mensual, el cual es destinado para cada trabajadora que pueda cumplir con los artesanías que le corresponde, muchas veces no se cumple con ese objetivo y, acorde al clima la materia prima suele podrirse.

Las ventas de la asociación suelen ser variadas de acuerdo a los turistas que visiten la comuna y, a cliente eventuales que hagan pedidos al por mayor, al momento de aplicarse una respectiva planificación se puede en definir el volumen y el momento de fabricación de los productos, teniendo la flexibilidad respectiva para atender los diferentes cambios que se susciten y contar con los recursos necesarios.

- **Buscan mejoras en la calidad del producto**

La asociación A.M.A.D.O.M. cuenta con la ayuda de una ONG, quienes se encargan de capacitarlas para busquen mejoras la calidad y presentación de los productos, sin embargo son pocas las veces que las artesanas se atreven a innovar el producto, cuando una artesanas realiza un modelo nuevo, las demás no se incentivan en hacer otro, solo copian el modelo aprobado por la directiva.

La inseguridad que las artesanas presentan es porque no tiene la suficiente información de las necesidades del cliente, si tuvieran en consideración aquel punto relevante, realizar la innovación respectiva estimula que su producto cumpla con las expectativas del cliente.

Una mejora continua en el producto provoca aseguramiento competitivo en el mercado, estar a la vanguardia de los cambios del entorno y las nuevas tendencias incita una nueva imagen y reputación en la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas AMADOM. Incrementando la satisfacción del cliente como primordial

- **Cuentan con maquinaria adecuada para una producción eficaz**

La asociación de mujeres A.M.A.D.O.M. cuenta con 2 máquinas para coser la paja toquilla que fue obtenida a través de la ONG, así como también el horno para el proceso de la paja toquilla, sin embargo no son usadas. Recurso material no utilizado es una oportunidad no aprovechado.

Esto provoca desperdicios de los recursos con los que cuenta la asociación, el no darle uso a las maquinarias causa desgaste injustificable en los equipos, no se optimiza el tiempo, ni se aprovechan las oportunidades, es por ello que la asociación debe ampliar o adecuar su área de producción para aprovechar los recursos existentes.

- **Disponen de materia prima suficiente.**

La comuna de Dos Manga es un lugar muy fértil, donde cuentan con proyectos ecológicos para cuidar y conservar lo que posee suelo, cuentan con hectáreas de este producto que es cuidado a través de programas ecológicos.

Es por ello que disponen de la materia prima suficiente, que así como es extraída también regenerada. Cabe recalcar que en épocas de lluvia es mucho más difícil el secado, sin embargo si se cuenta con la materia prima en todas las épocas del año, lo que es muy beneficio para la producción y comercialización de los productos hechos en paja toquilla.

Es importante tomar en consideración que la permanencia del mercado de cualquier empresa independiente de su tamaño, dependen de los servicio o artículos que brinden y cuya calidad permita cubrir las expectativas del cliente respecto del producto que elabora la disponibilidad de la materia prima es fundamental para poder pronosticar, inventariar, analizar costo de producción, instituir planes de contingencia, establecer precios de venta y para la aplicación de estrategias agresivas, permite el aprovechamiento correcto de la materia prima, menos desperdicios.; el producto final es el resultado de una serie de procesos.

- **La producción es oportuna para la comercialización.**

La comercialización de los productos que elabora las artesanas de la Asociación es variada, por no contar con un segmento de mercado ya establecido, por ello la producción no puede ser estándar, no se planifica cuantos productos se van elaborar en determinado tiempo, son pocas las veces que se vende el producto de acuerdo a lo que se produce, esto se da cuando hacen pedidos, sin embargo la escasa planificación y administración de los recursos retrasa el cumplimiento de los solicitado.

Por ello es indispensable que, se direcciona hacia un mercado segmentado, analizando previamente sus gustos y preferencia para que se pueda satisfacer aquellas necesidades de los clientes, de esta manera se procede con una planificación respectiva para producir, y no exista desperdicio de tiempo y de materia prima.

- **Utilizan equipos de protección industrial**

De acuerdo a la observación que se realizó en el campo de trabajo se pudo detectar que las personas encargadas del proceso de producción, no cuentan con la implementación adecuada para el cuidado de la salud, como mascarillas, guantes protectores. En la asociación tampoco cuentan con extinguidores que son una pieza fundamental para algún tipo de incendio, siendo un requisito indispensables en toda organización.

Dentro de cualquier actividad, la seguridad industrial es de relevante importancia, asegura la salud ocupacional del talento humano que está vinculado con el proceso, es una forma de prevención para cualquier tipo de accidente, prevenir secuelas en la salud, y no provocar enfermedades profesionales.

Cabe recalcar que si no se aplica este tipo de protección el talento humano quedara afectado sustancialmente esto repercute en el proceso de producción y su nivel de cumplimiento en los objetivo de venta, no solo se necesita un talento humano capacitado sino protegido.

### 3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA.

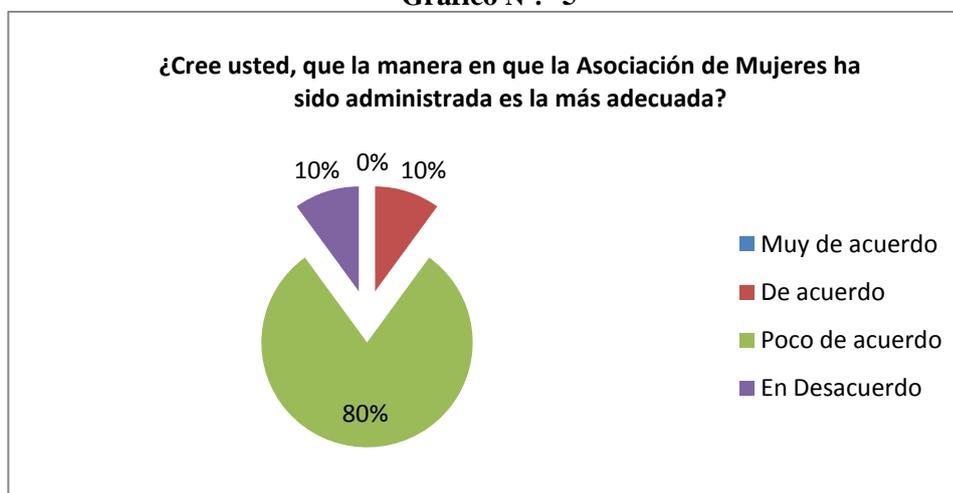
#### 1. Administración de la Asociación de Mujeres en el transcurso del tiempo.

Cuadro N°. 5

Alternativa	Entrevistado	Porcentaje
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	1	10%
Poco de acuerdo	8	80%
En Desacuerdo	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a socias principales de la directiva

Gráfico N°. 5



Fuente: Entrevista a socias principales de la directiva

De acuerdo al respectivo análisis, se determinó que el 10% está de acuerdo en la manera en que la asociación se ha venido administrando, indicando las artesanas que a pesar de su poco conocimiento han realizado gestiones que de una u otra manera aportaron con el bienestar de la asociación, en cambio un 80% de las artesanas están poco de acuerdo con la administración, existe mucha inconformidad porque a pesar de las oportunidades que han tenido para mejorar la comercialización y producción de los productos, no han sido administradas correctamente, por esto, no se culmina con los proyectos, lo que provoca retraso en las actividades o no se cumple con los programas establecidos, como restante el 10% está en desacuerdo, manifiestan que el pasar de los años no han logrado un avance significativo para mejorar su nivel competitivo.

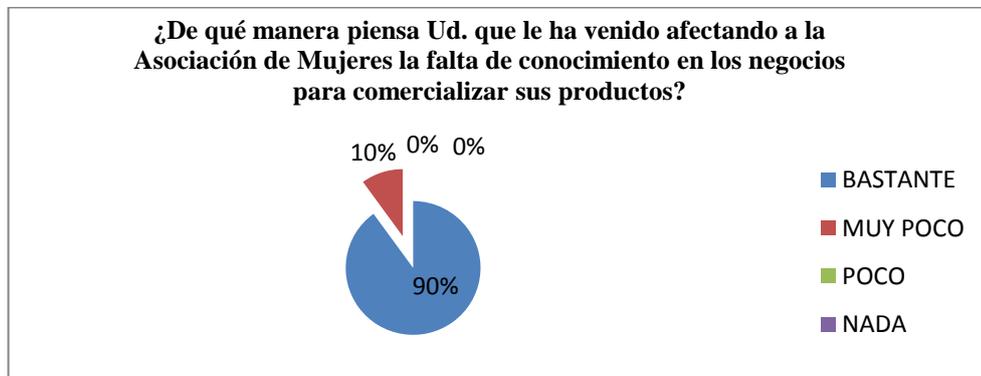
**2. Falta de conocimiento de las artesanas en los negocios para comercializar los productos en la AMADOM.**

**Cuadro N°. 6**

Alternativa	Entrevistado	Porcentaje
BASTANTE	9	90%
MUY POCO	1	10%
POCO	0	0%
NADA	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

**Gráfico N°. 6**



**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

De acuerdo a los resultados, refleja que un 90% les afecta bastante no tener conocimientos para poder comercializar sus productos, indican que es una desventaja significativa el no poder negociar los productos bajo sus propios parámetros, en la mayoría de los casos las condiciones las pone el cliente, cuando el vendedor es aquel que debe dominar en el proceso de venta, con la agilidad para captar la atención, interés y deseo del cliente, y tener cierre de ventas exitosa, también indicaron que la mayoría de las artesanas les brindan capacitaciones diversas instituciones para mejorar su forma de venta, sin embargo no todas reciben la misma de manera directa, ciertas artesanas dan la réplica, pero muchas no se atreven aplicar lo enseñado, como restante un 10% les afecta muy poco, indicando de que no dependen en su totalidad del conocimiento para negociar, porque tienen experiencia y aseguran que solo necesitan poner más empeño. Es importante que tenga el conocimiento sobre la manera de negociar sus productos pero también es imprescindible que sepan cómo aplicarlo en la práctica.

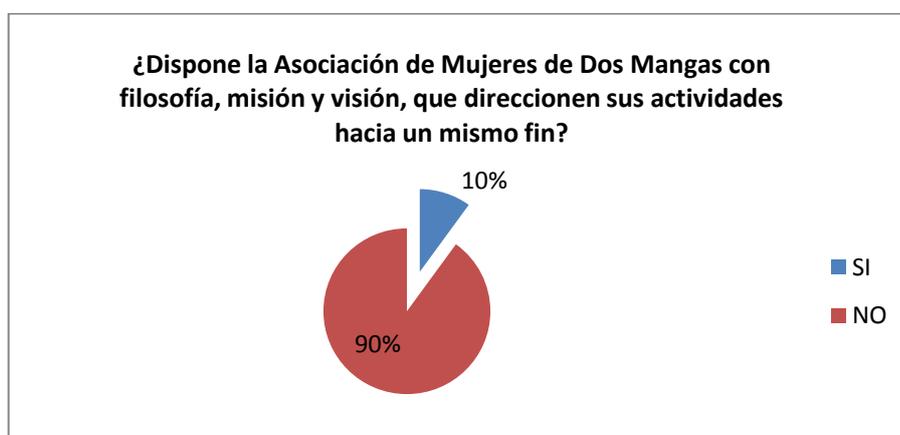
**3. Filosofía, misión y visión, de A.M.A.D.O.M. que direccionen sus actividades hacia un fin.**

**Cuadro N°. 7**

Alternativa	Entrevistado	Porcentaje
SI	1	10%
NO	9	90%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

**Gráfico N°. 7**



**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

De acuerdo al análisis, el 90% de las artesanas indicó que la Asociación, asegura la asociación no cuenta con filosofía, misión y visión, siendo la base fundamental para cualquier tipo de empresa, esto les permite direccionar de manera correcta y oportuna las gestiones de la asociación. Las entrevistadas indican que en la actualidad el no contar con estas herramientas ha repercutido significativamente al momento de realizar cualquier trámite, transacción o solicitar alguna ayuda a las instituciones, debido que les exigen tener misión, visión, filosofía, que sustente las actividades que realiza la asociación, como requisito primordial para poder brindarles la ayuda respectiva, convirtiéndose en su carta de presentación ante cualquier tipo de gestión y, como restante solo un 10% de las entrevistadas indica que su experiencia en el mercado y su conocimiento sobre la actividad que realizan es suficiente para la acción que se desee ejecutar. La asociación al disponer de estos elementos se convertiría en organización más sólida y competitiva.

#### 4. Cumplimiento de objetivos de la Asociación de Mujeres.

Cuadro N°. 8

Alternativa	Entrevistado	Porcentaje
Siempre	0	0%
casi siempre	1	11%
a veces	5	56%
nunca	3	33%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a socias principales de la directiva

Gráfico N°. 8



Fuente: Entrevista a socias principales de la directiva

De acuerdo a los resultados, el 11% de las entrevistadas indican que casi siempre se cumple con el objetivo que se plantean, las artesanas aseguran que esto ocurre cuando existe una venta al por mayor de por medio, se planifica con anterioridad y, se aplica una presión constante para poder concluir con una entrega exitosa, el otro 56% refleja que a veces se da cumplimiento con los objetivos, si se está constantemente exigiendo que cumplan con su función, esto es debido al poco compromiso y entusiasmo que le dan las artesanas al trabajo, la descoordinación de las actividades provoca retraso, como consiguiente muchos proyectos quedan inconclusos por meses hasta años, y el 33% manifiesta que nunca se cumple, lo que afecta en las gestiones. Si la asociación estableciera parámetro de medición para verificar el cumplimiento de los objetivos, se obtendría un mejor direccionamiento que regule las actividades hacia una meta en la que todos estén comprometidos y ligados.

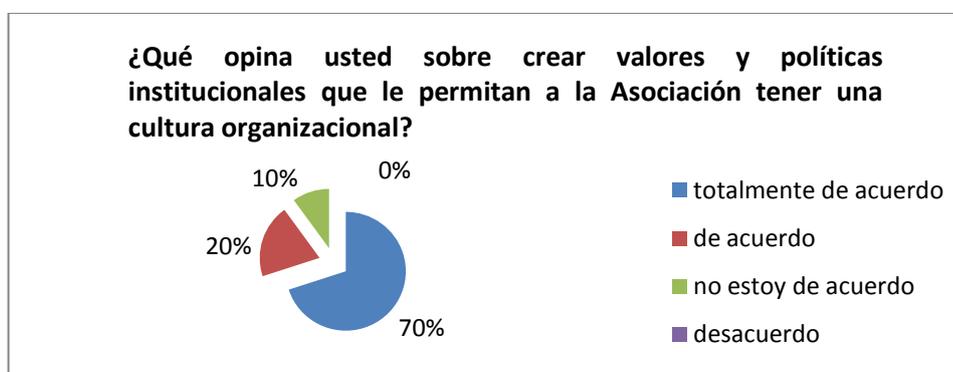
## 5. Cultura Organizacional de la Asociación de Mujeres de Dos Mangas.

Cuadro N°. 9

Alternativa	Entrevistado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	70%
De acuerdo	2	20%
No estoy de acuerdo	1	10%
Desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a socias principales de la directiva.

Gráfico N°. 9



Fuente: Entrevista a socias principales de la directiva.

De acuerdo a los resultados, el 70% de las entrevistadas está totalmente de acuerdo en la creación de valores y políticas que les van a permitir tener mayor empoderamiento, bajo políticas institucionales que den equilibrio en los intereses, estos le permitirán establecer reglamentos que regulen el comportamiento y compromiso de las artesanas antes las actividades designadas, consecutivamente crea una cultura organizacional condensada con las necesidades, aptitudes y actitudes de los involucrados, logrando un trabajo en equipo, motivados y empoderados en un solo objetivo, el 20% está de acuerdo, afirmando que es de prioridad y de carácter urgente su aplicación porque acoge todas las necesidades, y el 10% restante no está de acuerdo, declarando que el no darse cumplimiento en la actualidad, su creación posterior no garantiza mejoría.. Es necesario colocar políticas y reglamentos para mantener un buen direccionamiento.

**6. Instituciones que les brindan ayuda a la Asociación de Mujeres para gestionar sus actividades.**

**Cuadro N°. 10**

<b>Alternativa</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente	8	80%
Parcialmente	2	20%
Desconocimiento total	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

**Gráfico N°. 10**



**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

De acuerdo a los datos recopilados, se determina que un 80% indica que tiene total conocimiento de las instituciones que les brindan la ayuda respectiva, las instituciones que recibieron la ayuda respectiva a la asociación son ONG, como el Ministerio de Industria y Productividad (Mi pro), Federación de Desarrollo Social (Fedeso), Pro Ecuador, Fundación Pro Pueblo, también de personas naturales que les han donado materiales de trabajo y un 20% conoce parcialmente, debido a su inasistencia a las reuniones. La asociación tuvo muchas ventajas y oportunidades en el mercado al momento de legalizarse, teniendo apertura a la ayuda a diversas instituciones y que se les facilite una respuesta favorable, anteriormente sin vida jurídica no contaban con estos beneficios y era muy difícil que sean consideradas sus peticiones, lo que significa que en los actuales momentos las instituciones brindan mayor apertura al apoyo comunitario.

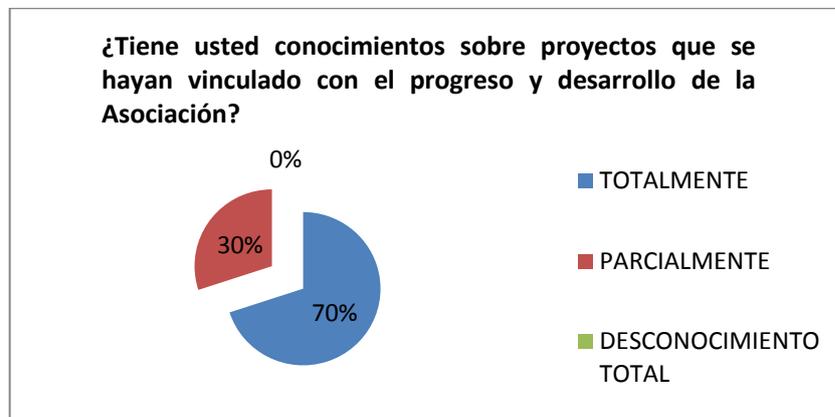
**7. Conocimientos de las artesanas sobre proyectos que aportaron con el progreso y desarrollo de la Asociación.**

**Cuadro N°. 11**

Alternativa	Entrevistado	Porcentaje
TOTALMENTE	7	70%
PARCIALMENTE	3	30%
DESCONOCIMIENTO TOTAL	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

**Gráfico 11**



**Fuente:** Entrevista a socias principales de la lotería

De acuerdo al análisis, el 70% de las entrevistadas indican que conocen totalmente sobre los proyectos que se vincularon en el desarrollo de la asociación, manifestando que han sido muy significativos, les brindaron capacitaciones en diferentes temáticas que van con el tipo de actividad que realizan, les han aportado con máquinas de coser para el proceso de elaboración de los productos con paja toquilla, un horno para el proceso de la materia prima, y contaron con una ayuda económica para mejorar la infraestructura de la asociación, en la actualidad presentaron un proyecto que fue realizado por una persona natural para mejorar la infraestructura en el área de producción, el 30% restante conoce parcialmente sobre los proyectos, por su inasistencia a la reuniones por ello no se informaban en su totalidad .

**8. Estrategias de ventas para comercializar los productos de la Asociación A.M.A.D.O.M.**

**Cuadro N°. 12**

Alternativa	Entrevistado	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
A Veces	3	30%
Nunca	7	70%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

**Gráfico N°. 12**



**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

En base al análisis, se determina que el 70% de las entrevistadas nunca aplican estrategias de ventas al momento de negociar, provocando una desventaja significativa ante la competencia, en estos casos el cliente es aquel que tiene el poder de venta, lo que se busca es que el cliente divulgue buena atención, localidad del producto y canal de venta, mas no sobre la desventaja que tienen al momento de vender, deben darle valor agregado al producto, usar redes sociales, que de otro enfoque en la venta, el restante 30% indica que a veces lo aplica, uno de los casos es cuando se vende al por mayor realizan un descuento al cliente, sin embargo no es analizado correctamente, las artesanas también confirmaron que las capacitaciones que reciben son muy útiles pero al momento de ejecutarlas no se sienten con la capacidad, ni compenetradas en su posición como vendedores, lo cual no les permite captar al cliente y retenerlo.

**9. Planificación para mejorar la calidad y presentación del producto de la A.M.A.D.O.M.**

**Cuadro N°. 13**

Alternativa	T entrevistado	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	1	10%
A Veces	3	30%
Nunca	6	60%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

**Gráfico N°. 13**



**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva.

Según los resultados, se determinó que en un 10% casi siempre cuenta con una planificación adecuada, debido a las capacitaciones que reciben de las instituciones solidarias sobre mejoras en la calidad del producto, sin embargo no es aplicada en su totalidad, 30% manifiestan que a veces cuentan con una planificación para buscar innovación en el producto, un 60% restante indica que no hay la planificación debida, presentando desventajas competitivas. Se debe realizar estudios previos para poder planificar un proceso productivo de calidad, que vincule una mejora en la particularidad del producto, con nuevos diseños, y nueva presentación que se determine desde su elaboración hasta su empaque final, esto les permitiría tener resultados favorables como cambiar su imagen corporativa, captar posicionamiento y proyectarse hacia un nuevo mercado potencial.

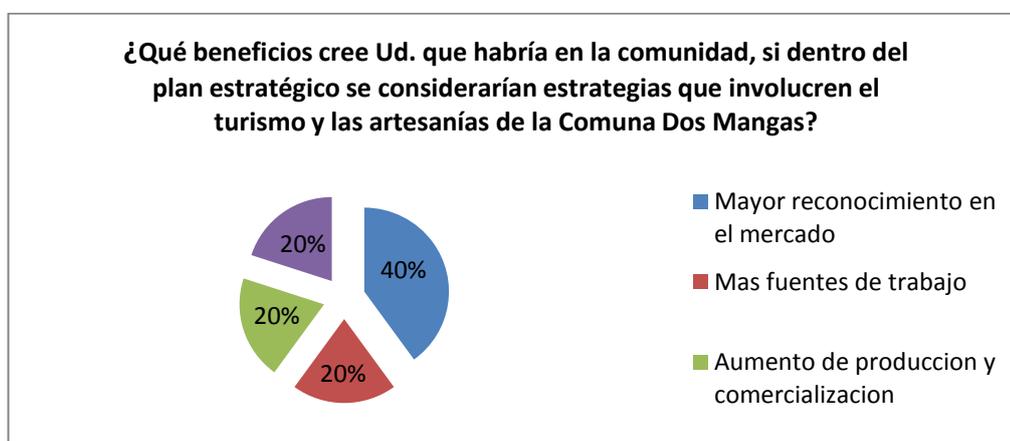
**10. Beneficios del Plan estratégico para la comunidad que involucren el turismo y las artesanías de la Comuna Dos Mangas**

**Cuadro N°. 14**

Alternativa	T. entrevistado	Porcentaje
Mayor reconocimiento en el mercado	3	40%
Mas fuentes de trabajo	2	20%
Aumento de producción y comercialización	3	20%
Futuras exportaciones	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Entrevista a socias principales de la directiva

**Gráfico N°. 141**



**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

las artesanas aseguran un bienestar dentro de la comuna Dos Mangas, en la actualidad están visionando para que la asociación pueda incluir en sus actividades las artesanías que realiza la comunidad en general, si dentro del plan estratégico de la asociación se incluyen proyectos que aporten con el desarrollo comunal, el 40% de las artesanas indica que se obtendría mayor reconocimiento en el mercado competitivo, debido a su unificación esto daría apertura a una gama de productos para comercializarlos, el 20% asegura que abrían fuentes de trabajo para muchas familias debido al incremento de la mano de obra, 20% afirma un aumento en la producción y comercialización de las artesanías, y otro 20% visiona con la exportación de los productos como anteriormente lo realizaban, no solo promocionando a la asociación sino a la comuna en general, estos argumentos bajo un plan que enfrente imprevistos y puedan extender su mercado.

### 3.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

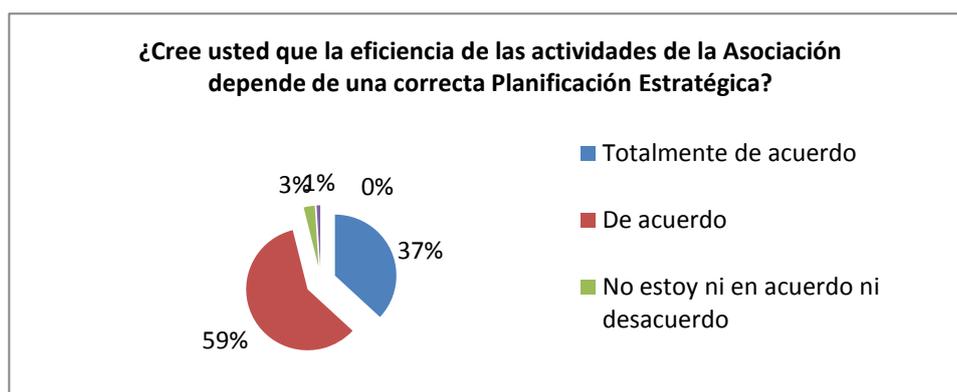
#### 1. Eficiencia de las actividades de la Asociación mediante una correcta Planificación Estratégica.

Cuadro N°. 15

Alternativa	T. Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	38	37%
De acuerdo	61	59%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	3	3%
Estoy en desacuerdo	1	1%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

Gráfico N°. 15



Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

De acuerdo al análisis realizado, el 37% está totalmente de acuerdo que la eficiencia de las actividades de la asociación si dependen de una planificaron estratégica que les permita obtener resultados esperados dentro del proceso administrativo, el 59% está de acuerdo indicando que permite direccionar las gestiones hacia un fin en común, detectar las oportunidades y anticipar los riesgos, el 1% indica que está en desacuerdo, asegurando que la eficiencia solo depende de tener mayor compromiso en las actividades, el 3% manifiesta que no está ni en acuerdo ni en desacuerdo corroborando que la administración si permite tener equilibrio en las actividades, sin embargo también recalcan que depende de que las artesanas cumplan con su función.

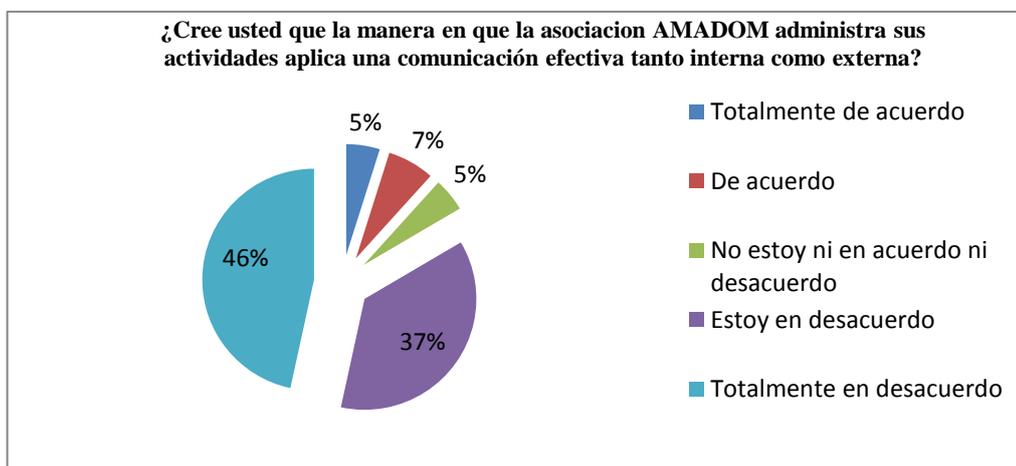
## 2. Administración de actividades inducida por la comunicación efectiva.

Cuadro N°. 16

Alternativa	T. Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	5%
De acuerdo	7	7%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	5	5%
Estoy en desacuerdo	38	37%
Totalmente en desacuerdo	48	47%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

Gráfico N°. 16



**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

Según a la encuesta realizada a las artesanas, el 5% de las encuestadas están totalmente de acuerdo que la asociación cuenta con una comunicación oportuna, el 7% de la encuestadas está de acuerdo que existe planificación adecuada que conlleva comunicación efectiva, el 5% restante indican que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 37% está en desacuerdo indica que su administración no es la adecuada lo que les perjudica en el cumplimiento de objetivos, el 46% totalmente desacuerdo, manifestó que la información se distorsiona, siendo fundamental la comunicación tanto interna como externa como la herramienta fundamental para obtener resultados fructíferos, el cliente recepta la información que se le brinda y la imagen como se presentan.

**3. Reuniones de la junta directiva para diagnosticar, controlar y dar seguimiento al proceso productivo y comercialización de A.M.A.D.O.M.**

**Cuadro N°. 17**

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Frecuentemente	0	0%
Casi siempre	18	17%
A veces	85	83%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

**Gráfico N°. 17**



**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

En base a los resultados obtenidos se diagnostica que el 17% de las artesanas encuestadas, casi siempre realizan las reuniones para tratar asuntos prioritarios, se procede analizar los temas que hayan estado pendientes, sin embargo un 83% de las artesanas restantes indican que a veces tiene las reuniones para darle seguimiento a sus actividades, dentro de las cuales sus reuniones se realizan 2 veces cada mes, y en muchos casos se aplazan las reuniones por imprevistos, y cuando se cumple con la reunión no asisten todas las artesanas, lo que provoca distorsión en la información, retraso en las actividades y se desconoce sobre las inquietudes, no hay la aportación de nuevas propuestas, sugerencias, ideas que contribuyan al mejoramiento de las actividades, provocan desacuerdo ocasionando que no se finiquite los proyectos que están pendientes, y ejecución a los tramites vigente.

**4. La misión, visión y objetivos para establecer estrategias y procesos operativos hacia un fin visionario.**

**Cuadro N°. 18**

Alternativa	T. Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	8	8%
De acuerdo	85	82%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	10	10%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

**Gráfico N°. 18**



**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

Según el análisis se determina que el 8% está en total acuerdo, por su importante función en el campo competitivo y motivacional involucrado tanto el talento humano interno como externo. El 82% aseguran estar de acuerdo con la creación de misión, visión y objetivos de la asociación, indicando que en cada proyecto en el que estén involucradas o que deseen realizar alguna petición en una institución les exigen contar con estos elementos, porque les permite sustentar sus actividades, el 10% restante de las encuestadas indican que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, manifestando que cada organización debe saber cuál es su razón de ser y dónde se pretende llegar sin embargo manifiestan que el hecho de conocer a que se dedican es suficiente para poner empeño en las actividades.

5. Valores y políticas que fomenten una cultura organizacional que regulen la jerarquía e incentiven el trabajo artesanal.

Cuadro N°. 19

Alternativa	T. Encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	28	27%
De acuerdo	67	65%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	8	8%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

Gráfico N°. 19



Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

En base a los resultados se determina que, 27% que está totalmente de acuerdo con su creación e implementación dentro de la asociación fomentando el empoderamiento, y jerarquizando funciones, con un 65% releja que están de acuerdo con la fomentación de una cultura que identifique sus necesidades asegurando que esto ayudaría a mejorar el control, tener mayor compromiso, responsabilidad, trabajo en equipo, lo que aportaría a un empoderamiento e identificación con la asociación, y el 8% de las artesanas no están ni de acuerdo ni en desacuerdo en la creación de valores y políticas, indicando que son de suma importancia, sin embargo las políticas siempre las ha manejado la directiva aunque no estén sustentadas por escrito, el 65% indica que esta en total acuerdo con su creación.

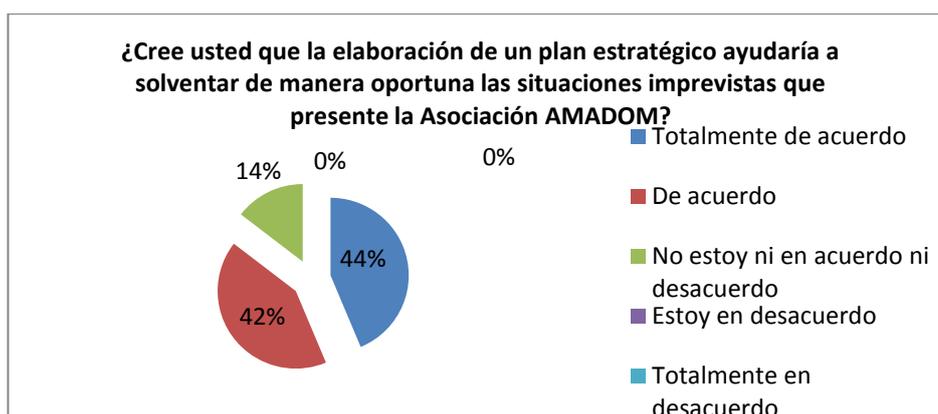
**6. El plan estratégico solventa de manera oportuna las situaciones imprevistas que presente A.M.A.D.O.M.**

**Cuadro N°. 20**

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	45	44%
De acuerdo	43	42%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	15	14%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

**Gráfico N°. 20**



**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

Según los resultados de la encuesta, realizada a las artesanas se determina que el 44% está totalmente de acuerdo, manifestando que contar con un plan estratégico ayudará a solventar las situaciones imprevistas, analizar el entorno, y permitirá tomar decisiones oportunas, el 42% está de acuerdo teniendo conocimiento sobre su influencia dentro de cada organización, aseguran un nuevo enfoque competitivo, mejor administración de los recursos, nuevas oportunidades de negocio, y una nueva imagen a la asociación, como restante el 14% restante no está ni en acuerdo ni en desacuerdo debido a su poco conocimiento, a pesar de que indican que una apropiada planificación estratégica ayudaría a mejorar su direccionamiento en las actividades.

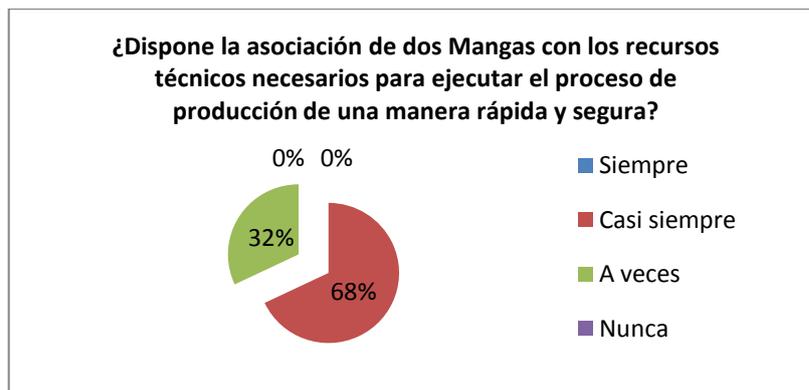
**7. Recursos técnicos necesarios para ejecutar el proceso de producción de una manera rápida y segura en la Asociación de Dos Mangas**

**Cuadro N°. 21**

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	70	68%
A veces	33	32%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

**Gráfico N°. 21**



**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

Según los resultados obtenidos, se determina que el 68% de las artesanas encuestadas indican que casi siempre cuentan con los recursos técnicos necesarios para ejecutar el proceso de producción, debido que envían la materia prima a una familia artesanal que dispone de hornos para procesar la paja toquilla, quedando lista para realizar el tejido, esto facilita el trabajo de las artesanas a pesar de que la asociación cuenta con estos recursos técnicos pero no son procesados internamente, el 32% restante de las entrevistadas destaca que a veces disponen de los recursos, porque en muchos casos el horno no abastece, como cuando es temporadas donde existe mucha humedad, y la paja toquilla demora más de lo previsto, retrasando en cierto grado la producción y comercialización.

## 8. Tipos de productos de mayor acogida comercial en el mercado local.

Cuadro N°. 22

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Sombreros	76	74%
Carteas y bolsos	22	21%
Utillería de cocina	2	2%
Tapetes	1	1%
Canastas	2	2%
Total	103	100%

Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

Gráfico N°. 22



Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se destaca que el 74% de las artesanas indican que los sombreros son lo que mayor acogida tienen en el mercados, se venden mucho más rápido y son cotizados por los clientes, cuando asisten a ferias o exposiciones obtiene varios pedidos, que muchas veces se han quedado sin stock para vender, y muchos de ellos cotizan para comprar al por mayor, el 21% asegura que las carteras y bolsos también tiene una salida en el mercado característico, las cuales son solicitadas al por mayor. Un 1%, manifiesta que son las utillerías de cocina, y como restante el 2% notifican que son las canastas. Los productos de paja toquilla tiene una buena acogida en el mercado, es por ello es que hay q detectar las nuevas tendencias y gustos del cliente para poder retenerlo.

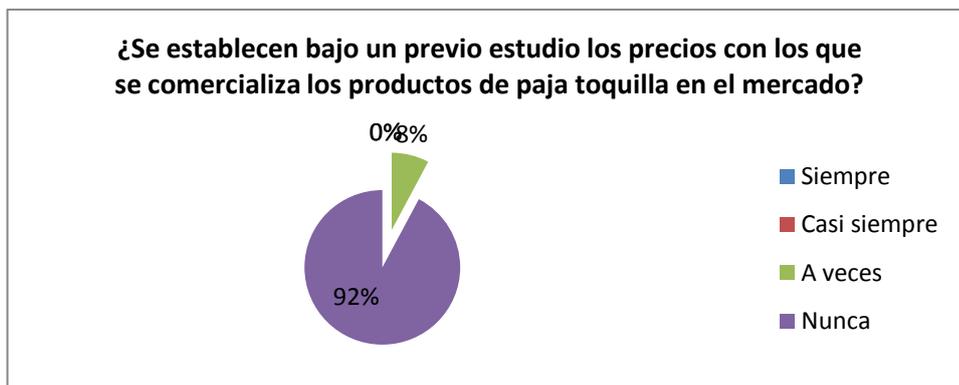
**9. Los precios con los que se comercializa los productos de paja toquilla en el mercado Se establecen bajo un previo estudio.**

**Cuadro N°. 23**

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
A veces	8	8%
Nunca	95	92%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

**Gráfico N°. 23**



**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

De acuerdo al análisis realizado se determinó que, el 92% de las encuestadas aseguran que nunca se procede con un previo estudio para establecer los precios en los productos a comercializar, solo designan precios en base a la competencia solo para poder vender el producto, sin tomar en consideración su punto de equilibrio, su porcentaje en ganancias y/o su porcentaje en pérdidas, provocando inconformidad y desmotivación en las artesanas, el 8% manifiesta que a veces busca la manera de analizar su entorno tanto interno como externo, sin embargo no se llega a una resolución y aun análisis oportuno que contribuya a una producción exitosa y también a una comercialización que genere ingresos y no solo contribuya a recuperar gastos. Es importante establecer los precios en base a parámetros que salvaguarden su mano de obra y su costo real.

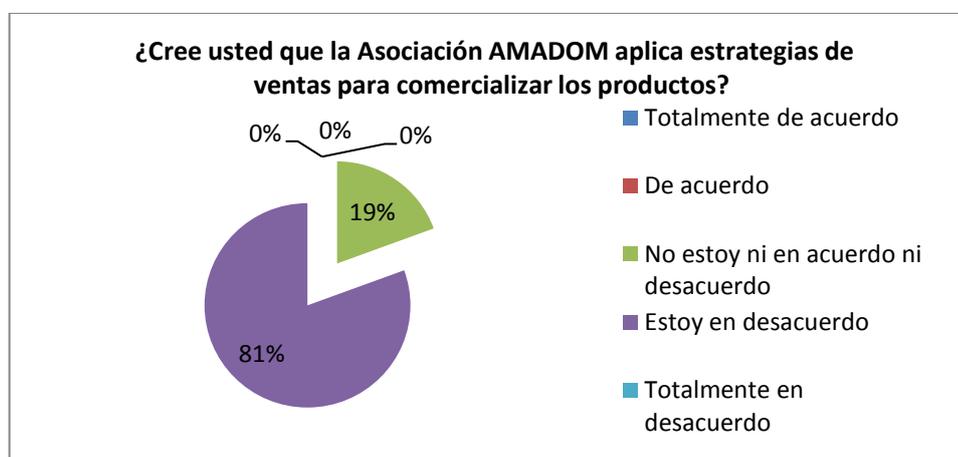
## 10. Estrategias de ventas para comercializar productos de A.M.A.D.O.M.

Cuadro N°. 24

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	20	81%
Estoy en desacuerdo	83	19%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

Gráfico N°. 24



Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

Según los datos recopilados se determina que, el 19% muestra no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo indicando que se necesita mayor seguridad en las vendedoras al momento de tratar con el cliente para captar su atención y deseo por el producto. El 81% están en desacuerdo debido a que no se aplica estrategias de venta para comercializar los productos, repercutiendo en el nivel productivo y comercial, lo que no refleja ingresos esperados, provocando desmotivación en las involucradas, y muchos productos se convierten en desperdicios, o son vendidos en base a una oferta que provoca déficit en su volumen de ventas, no alcanzando ni el punto de equilibrio, indican que es importante que se dé una orientación en cuanto a su aplicación, estas estrategias darían apertura a nuevos horizontes de venta.

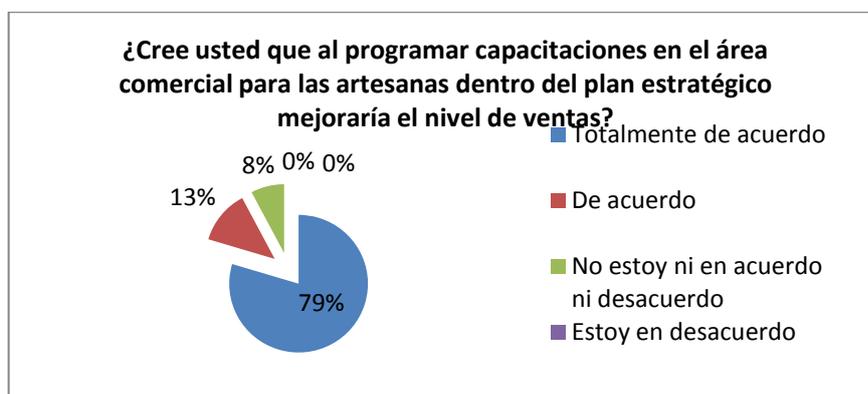
## 11. Las capacitaciones a las artesanas en el área comercial para mejorar el nivel de ventas.

Cuadro N°. 25

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	82	79%
De acuerdo	13	13%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	8	8%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

Gráfico N°. 25



Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 79% están totalmente de acuerdo, manifestando que las capacitaciones son el punto esencial que enriquece el conocimiento aliado con la experiencia cambia el escenario de las ventas, el 13 % están de acuerdo en su aplicación asegurando que si se capacita a las artesanas en temas ligados en ventas, ayudaría a tener mayores herramientas para poder comercializar el producto y saber negociar con el cliente, y como restante el 8% de las encuestadas no está ni en acuerdo ni en desacuerdo, sobre las capacitaciones que se realicen mejore el nivel de ventas, indicando que estas siempre han sido limitas a un grupo de artesanas, lo que ha provocado resultados poco ventajosos, debido a que su réplica no es como recibir la capacitación de los expertos en el tema.

**12. Planificación estratégica para detectar y disminuir riesgos en sus actividades productivas y comerciales de la Asociación.**

**Cuadro N°. 26**

<b>Alternativa</b>	<b>T encuestado</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	66	64%
De acuerdo	30	29%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	7	7%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

**Gráfico N°. 26**



**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

En base a los resultados el 64% está totalmente de acuerdo aduciendo que esto le hace falta a la asociación, para que regule, controle y manipule sus fortalezas y aplique estrategias, en base a un plan flexible que permita monitorear, y direccionar correctamente las actividades, el 29% está de acuerdo indicando que en la actualidad es sustancial contar con una planificación, esto ayuda a manejar estratégicamente los recursos con los que cuenta la asociación y poder enfrentarse ante las exigencias y amenazas que emana el mercado, como restante el 7% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo en aplicar una correcta planificación estratégica, que permita detectar y disminuir riesgos en las actividades productivas y comerciales.

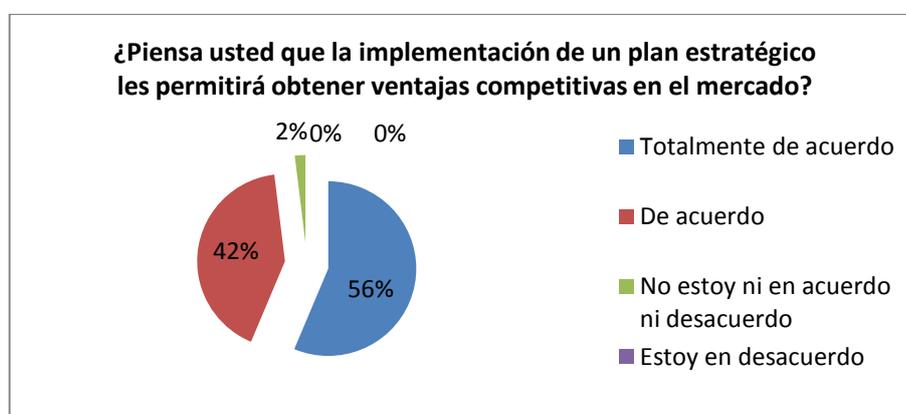
### 13. Plan estratégico para obtener ventajas competitivas en el mercado.

Cuadro N°. 27

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	58	56%
De acuerdo	43	42%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	2	2%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

Gráfico N°. 27



Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada en la asociación.

Según los resultados, el 56% de las encuestadas está totalmente de acuerdo manifestando que es de suma importancia que la asociación cuente con este plan estratégico, porque les permite tener una nueva imagen corporativa, compromete a un talento humano a trabajar en equipo, da apertura al analizar y monitorear en la competencia, detecta nuevas tendencias y expectativas del mercado, aprovecha los recursos, tomar decisiones oportunas ante los cambios que se susciten, esto consecuentemente ayuda aplicar estrategias que mejoren el nivel de productividad y venta de los productos artesanales, el 42 % de las artesanas están de acuerdo indicando que este plan estratégico da apertura a nuevas oportunidades en el mercado, debido a que les da un sustento de existencia, un nuevo enfoque competitivo, el 2% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo sobre la implementación de un plan estratégico.

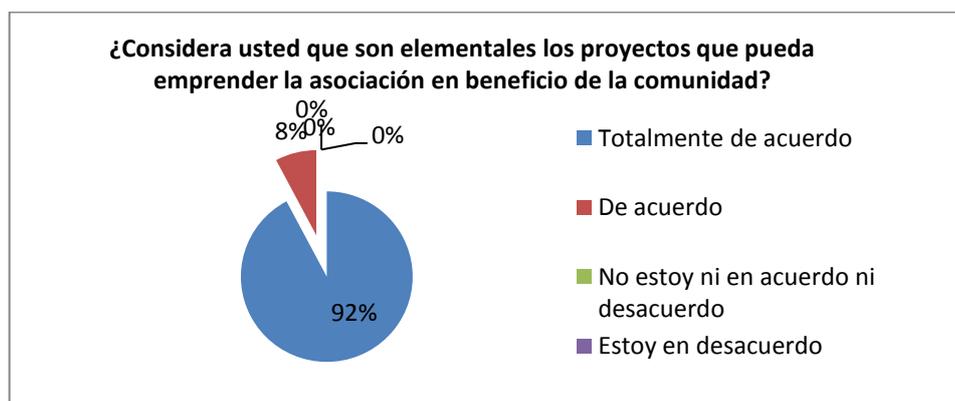
#### 14. Proyectos de la asociación en beneficio de la comunidad.

Cuadro N°. 28

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	95	92%
De acuerdo	8	8%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

Gráfico N°. 28



Fuente: Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

Según los resultados obtenidos, el 92% manifiesta que está totalmente de acuerdo que los proyectos que emprenda la asociación serán fructíferos para la comunidad, debido a que está legalmente constituida sus actividades tendrían mayor crédito en el mercado, porque no solo se busca mejorar el nivel productivo y comercial de la asociación, sino el de la comuna en general, esto permite a que la comuna tenga un nuevo enfoque competitivo externo sobre su actividad, donde no solo sea un lugar turístico sino que también se denote como una comuna productora de artesanías en base a recursos naturales, y tenga una comercialización al por mayor y menor, como restante el 8% está de acuerdo que son elementales proyectos que pueda emprender la asociación en beneficio de la comunidad.

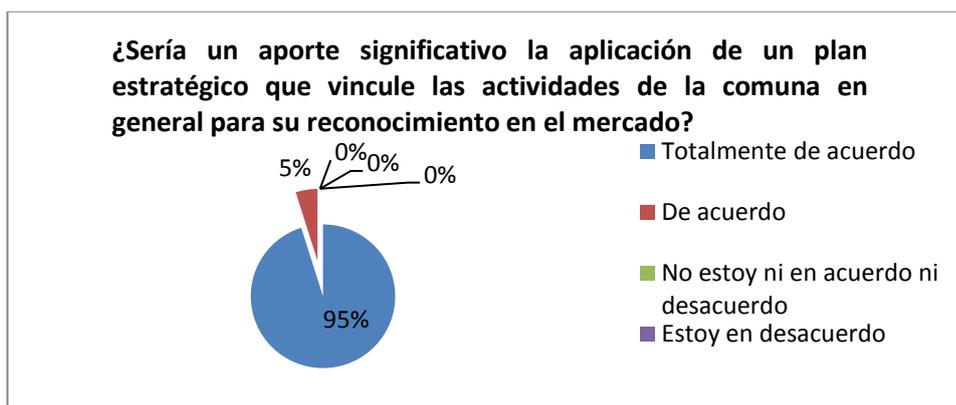
**15. Aplicación del plan estratégico que vincule las actividades de la comuna en general.**

**Cuadro N°. 29**

Alternativa	T encuestado	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	98	95%
De acuerdo	5	5%
No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	0	0%
Estoy en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

**Gráfico N°. 29**



**Fuente:** Encuesta a las artesanas involucrada con la asociación.

De acuerdo a los datos recopilados en la encuesta, se determina que el 95% restante está totalmente de acuerdo manifiesta que es un aporte significativo para la comuna Dos Mangas provocando mayor reconocimiento en el mercado, aumento en el nivel de producción y comercialización, mejoraría el nivel de vida de los comuneros considerando que para los habitantes de la comuna su mayor fuente de ingreso son las ventas de las artesanías que realizan, esto induciría a nuevos escenarios con oportunidades de crecimiento para la comunidad, y como restante el 5% está de acuerdo sobre la aplicación del plan estratégico se vincule las actividades no solo de la asociación sino de la comuna en general.

### **3.4 CONCLUSIONES**

1. Según el análisis se pudo determinar la ausencia de planificación en sus actividades, teniendo poca efectividad en la secuencia de los procesos administrativos, en el seguimiento y evaluación de las actividades, esto provoca que muchas de las metas planteadas queden inconclusas.
2. La escasa experiencia o la insuficiencia de capacidades técnicas, se utiliza deficientemente los recursos que posee la asociación, la contingencia en las actividades es escasa, detectan pocas amenazas del entorno y les resulta difícil enfrentarse a la realidad externa.
3. Las artesanas presentan un estado anímico desinteresado, con poca compenetración y empoderamiento de las actividades, desvinculadas con la razón de ser de la asociación lo que provoca ineficiencia e insatisfacción laboral, teniendo la necesidad de incentivación para fomentar un trabajo en equipo refleja
4. Deficiente control de los artículos producidos, los elaboran sin haber realizado un estudio previo de mercado, esto provoca que muchos de ellos se deterioren, se desperdicie material. También existe el caso de que no producen y pierden clientes que compran al por mayor.
5. Escases de mercadotecnia en sus productos, hace que la asociación sea poco reconocida, consecuentemente la comuna en general tampoco es beneficiada. Esto repercute significativamente en la comercialización de las artesanías, teniendo desventaja en el ámbito competitivo.
6. Las artesanas están desvinculadas con los proyectos que se relacionan, al compenetrarse con la meta planteada, arroja un bajo nivel de cumplimiento de los objetivos, es por ello que no logran resultados esperados, lo que repercute significativamente en su comercialización.

### **3.5 RECOMENDACIONES**

1. Implementar un nuevo escenario administrativo aglomerando los intereses organizacionales de A.M.A.D.O.M. creando misión, visión, valores y principios que norman el accionar de la asociación, permitiendo evaluar los factores del entorno, determinar objetivos y estrategias, adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado, detectar riesgos, y tener la facultad de responder antes amenazas de manera inmediata y segura.
2. Se debe fomentar la comunicación entre los clientes y las socias de las comunas, por medio de la página web y las redes sociales, se dispondrán de un buzón de sugerencia, recomendaciones y quejas, el cual debe ser revisado periódicamente, para dar solución lo más pronto posible.
3. Motivación laboral en las artesanas a través programas de integración, armonizar el ambiente, formando una cultura organizacional, faculta la jerarquización y delegación de funciones, lo que evitará la distorsión o retraso de las gestiones, ayuda a mantenerse y crear nuevos segmentos de mercados.
4. Deben de llevar un registro de su producción anual para contabilizar digitalmente la entrada/salida de productos, es indispensable un control sobre el volumen de ventas producidas y comercializadas, permite administrar recursos correctamente, monitorear, y evaluar la gestión de producción
5. Tener una imagen que los identifique para darse a conocer en el mercado, utilizar los diferentes medios de comunicación para la difusión de los productos, aplicación de las herramientas para poder acaparar nuevos mercados.
6. Implementación de proyectos para la Asociación que inciten estar a la vanguardia de las nuevas tendencias y, poder tomar decisiones certeras, como resultado esto conducirá a tener un direccionamiento estratégico hacia un fin visionado, garantizando el desarrollo y crecimiento de la asociación y la comuna en general.

## **CAPÍTULO IV**

### **PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES ARTESANAS AUTÓNOMAS “A.M.A.D.O.M.” DE LA COMUNA DOS MANGAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013-2017.**

#### **4.1 Presentación**

Dos mangas es una comuna, que se identifica por el trabajo artesanal que realizan sus habitantes, comúnmente los hombres se dedican a diseñar artículos hechos en base a la tagua, y la mujeres tejen artículos hechos con la paja toquillas, siendo esta actividad heredada por generaciones como su fuente de ingreso.

Esta materia prima es abundante en la zona debido a la fertilidad de su suelo y la protección ambiental que le brindan. Dentro de esta comunidad se encuentra una asociación de mujeres denominada A.M.A.D.O.M. Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas.

Está conformada por señoras, jóvenes de género femenino quienes realizaban esta actividad de manera grupal sin embargo poco a poco fueron consolidando ideas y buscando alternativas para mejorar su nivel de comercialización.

Las artesanas pasaron por etapas muy críticas de las cuales se desmotivaron al no recibir la ayuda esperada, lo que provocaba desvinculación de las actividades y no estaban incentivadas para trabajar en equipo, comenzaron a desvincularse sin embargo así como también hubo una época fructífera, donde hubo oportunidad de exportar su mercadería a los Estados Unidos, el cual ayudo mucho para se vuelva a compenetrarse en sus actividades.

Las artesanas comenzaron a tener solvencia económica, hubo mayor mano de obra, un talento humano motivado, en el año 2001 el atentado de las torres gemelas provoco crisis financiera en ese país, lo que repercutió en las exportaciones que realizaban, desbalancear su nivel comercial, con resultado de perdidas porque ya no había la acogida que necesitaban, las artesanas se sintieron sin incentivo, esto solo provoco que se desvincule la actividad.

Las artesanas continuaron con su actividad de manera local, teniendo cliente eventuales que visitaban escasamente la comuna como lugar turístico, en el pasar de los años las artesanas comenzaron nuevamente a solicitar ayuda a instituciones que les impulse a reactivar su actividad comercial, gracias a la Sra. Gilda de Candell lograron legalizar su asociación, reconocidas legalmente por el ex Consejo Nacional de la Mujer, CONAMU.

Esto ayudo significativamente a este grupo de mujeres, consiguieron que sean invitadas a diferentes ferias en países como Perú, España y a nivel Nacional, a recibir capacitaciones en diversas temáticas.

Sin embargo en el lapso del tiempo no se ha obtenido resultados significativos, mantiene un nivel plano en ventas, esto provoca que las artesanas no se sientan empoderadas con la asociación, que hay escasas en la colaboración o trabajo en equipo, poca capacidad de negociación, inadecuada promoción de sus productos y servicios, deficiente manejo de recursos, e insuficiente planificación y gestión administrativa.

Dentro de estos acontecimientos se analiza como causales el reconocimiento para poder negociar o manejar una asociación, debido a que las capacitación que brinda son para una sola artesana sea la principal de la junta directiva o un designada, quien tiene que realizar replica de lo aprendido y muchas veces no es la misma convicción como la que realiza el capacitador profesional, esto provoca no tener motivación laboral, haciendo que las artesanas desvíen su concentración, no trabajen como un equipo, y solo vean sus necesidades desvinculando la meta fijada por la organización.

Su trabajo sigue siendo de manera empírica, es escaso el análisis del entorno, es deficiente la dirección estratégica y son escasos los proyectos propuestos, por ello, es importante que se aplique un plan estratégico que dirija las actividades hacia un mismo fin, que permita administrar los recursos de la manera más adecuada, aplicar estrategias acorde al previo monitoreo externo para tomar decisiones que promuevan resultados favorables y capten las oportunidades del mercado, convirtiéndose en una gestión administrativa que impulse la eficiencia y la eficacia de las actividades, dando apertura a obtener escenarios, reformar los cursos de acción para buscar el desarrollo institucional y obtener utilidades representativas.

El presente Plan Estratégico tiene como finalidad mejorar la gestión administrativa de la Asociación de Mujeres Artesanas A.M.A.D.O.M., mediante procesos sistemáticos que logren un futuro deseado, lo que conlleva a diseñar estrategias que permita alcanzar el éxito y evitar los fracasos en la asociación.

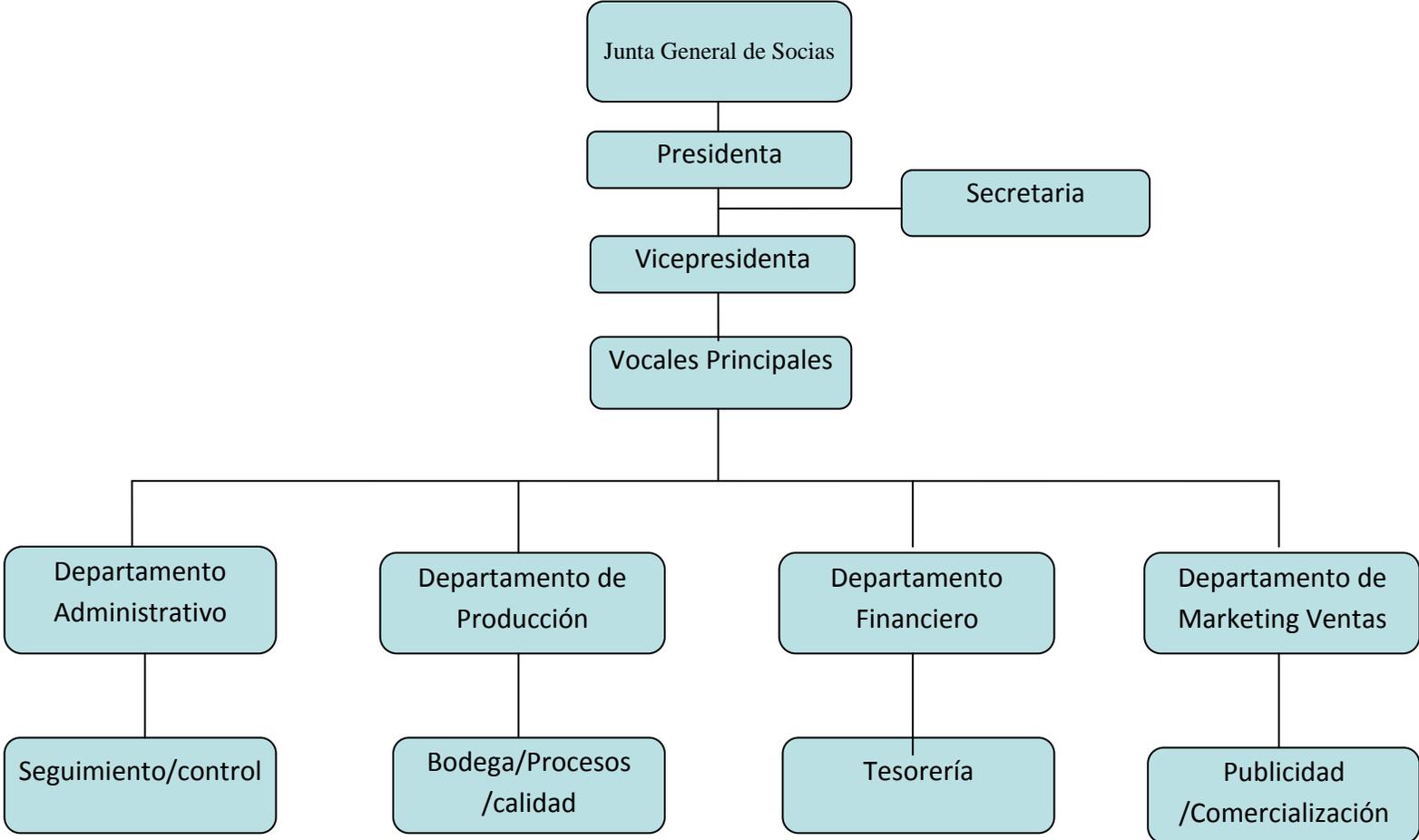
Para ello es necesario tener en cuenta las potencialidades y capacidades de cada una de las artesanas al momento de elaborar los productos de paja toquilla los cuales tienen gran aceptación en el mercado local, nacional e internacional.

Con la implementación del Plan Estratégico se lograra que la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M., cuente con una visión y planeación adecuada permitiéndoles a las artesanas tener un punto de partida sostenible para el desarrollo integral y el mejoramiento de los procesos productivos y de comercialización de los productos.

Es importante la acción de cada una de las artesanas socias de la asociación, porque esto permite crear las condiciones necesarias para lograr un trabajo eficaz y eficiente, frente a las circunstancias del entorno. Con este Plan se proporcionara también la dirección que guiará la misión, los objetivos y las estrategias de A.M.A.D.O.M, facilitando el desarrollo de planes para cada una de las áreas funcionales existentes en la asociación, con la finalidad de alcanzar una correcta gestión administrativa.

**Organigrama**  
**Asociación de Mujeres Autónoma de Dos Mangas**

Gráfico. 30 Organigrama



**ELABORADOR POR:** María Lilibeth Pillasagua Loor

## **4.2 Estructura Organizacional**

La estructura organizacional para la asociación de mujeres de la comuna Dos Mangas A.M.A.D.O.M. es de manera vertical para mantener una jerarquía, funciones específicas, obtener información sea oportuna. Está conformada por presidenta, vicepresidenta, vocales principales suplementes, tesorero, sin embargo de acuerdo a su necesidad organizacional se debe tener en cuenta departamento de producción, comercialización y financiero, por lo que se debe incluir aspectos como la distribución, definición de las tareas y responsabilidades, la planificación del personal y dirección. En este punto se hará referencia a la definición de objetivos estratégicos y operacionales o funcionales de la asociación y de las personas necesarias para llevarlo cabo.

## **4.3 Orgánico Funcional**

La asociación de mujeres artesanas autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M. dentro de sus estatutos se establece un rol, su importancia y las funciones que deben cumplir los miembros de la junta directiva, considerando las áreas administrativa, financiera, productiva y de marketing y ventas que no se han considerado y que son de prioridad.

A continuación se detallan las funciones por cada área respectivas:

### **Junta General de Socias**

La junta directiva de la asociación de mujeres autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M. está conformada por un grupo de artesanas quienes son las encargadas de dirigir, manejar, controlar y direccionar cada una de las actividades que se realicen.

Siendo la parte fundamental y principal de la Asociación quienes se encargan de administrar, dirigir, monitorear y controlar las actividades que se ejecutan, y se proyectan para promover nuevos escenarios competitivos.

**Presidenta:**

Constituye la máxima autoridad elegida por todas las socias activas de A.M.A.D.O.M. que se encuentren en plenitud de sus derechos, estos se reunirán ordinaria y extraordinariamente de acuerdo a los estatutos de la Asociación.

**Funciones:**

- ✓ Representa a la Asociación en el campo legal, judicial y extrajudicial.
- ✓ Presidir las reuniones y demás actos de la Asociación.
- ✓ Convocar a sesiones de Asamblea General ordinaria y extraordinaria y de la Directiva.
- ✓ Vigilar el cumplimiento del Estatuto y Reglamento acorde a la ley, así como hacer cumplir las resoluciones de la Asamblea General y de la Directiva.
- ✓ Presentar informes permanentes de las actividades desarrolladas ante la Asamblea General de Socias.
- ✓ Firmar conjuntamente con el secretario las actas las Asamblea General Ordinarias Y Extraordinarias y de la Directiva.
- ✓ Vigilar que hagan efectivas las sanciones.

**Vicepresidenta:**

Autoridad que tiene facultad de reemplazar las funciones de la presidenta en caso de ausencia, para poder gestionar algunas actividades o tomar decisiones bajo las políticas implantadas.

**Funciones**

- ✓ Subrogar a la presidenta en todas sus atribuciones en caso de ausencia temporal o definitiva.
- ✓ Colaborar con la presidenta en el cumplimiento de sus deberes y en ejercicio de sus atribuciones
- ✓ Autoridad que controla, regula y da seguimiento que se ejecute lo designado.

### **De la Secretaria:**

Aquella que recolecta y procesa la información que respalda las actividades que realiza la Asociación, digitaliza y realiza informes semanales y mensuales, para determinar estadísticamente el nivel de cumplimiento.

### **Funciones:**

- ✓ Redactar, certificar, administrar las actas de las sesiones llevar al día la correspondencia y los libros de registro de las afiliadas.
- ✓ Informes del avance de las actividades proyectadas.
- ✓ Firmar conjuntamente con la Presidenta las actas y comunicaciones así como los registros de las afiliadas.
- ✓ Citar por orden de la Presidenta a las sesiones del Director y de la Asamblea General.
- ✓ En caso de ausencia del secretario lo subrogará el segundo Vocal.

### **De las Vocales**

Los vocales principales son personal autorizado de la junta directiva encargados de realizar las actividades designadas, quienes pueden ser reemplazados únicamente por sus vocales secundarios, de acuerdo al nivel jerárquico.

### **Funciones:**

- ✓ Presidir las diferentes Comisiones Permanentes y velar por el correcto funcionamiento de las mismas además suplir los puestos vacantes de los puestos de trabajo en cada área.
- ✓ Colaborar con el Director en su normal desarrollo.
- ✓ Informes de los sucesos que mayor repercusión que tienen, siendo la voz de las necesidades que tiene las artesanas.
- ✓ Direccionar de manera correcta las gestiones de la Asociación en diversos escenarios.

## **Departamento Administrativo:**

Este departamento se encarga de realizar las planificaciones respectivas para gestionar las actividades que realiza la Asociación de mujeres Autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M. de esta manera poder manipular de manera correcta la situación que presenta la organización y poder tener respuesta inmediata y oportuna.

### **Administrador**

#### **Funciones:**

- ✓ Planificación de las actividades, programas, proyectos.
- ✓ Administración y designación de los recursos.
- ✓ Monitorear, controlar, dirigir y dar seguimiento de las gestiones.
- ✓ Diagnóstico de los procesos y retroalimentación.
- ✓ Informes mensuales sobre el nivel de cumplimiento de las actividades.

### **Jefe de Recursos Humanos**

#### **Funciones:**

- ✓ Reclutamiento y selección de personal.
- ✓ Control, monitoreo y evaluación de desempeño.
- ✓ Motivación e incentivo laboral.
- ✓ Emisión de informes del rendimiento del personal.
- ✓ Control de asistencia las reuniones.
- ✓ Incrementar el nivel de conocimientos corrigiendo y mejorando su rendimiento funcional y comportamiento personal en el desempeño de sus responsabilidades.
- ✓ Administración de sueldos, prestaciones y beneficio.
- ✓ Seguridad e Higiene en el trabajo.

## **Departamento de Producción:**

Este departamento se encargará de la elaboración de cada uno de los productos que se elaboran en A.M.A.D.O.M., para garantiza un producto de calidad, bajo procesos que optimicen los recursos.

### **Jefe de producción**

#### **Funciones:**

- ✓ Supervisar la correcta elaboración de los productos y verificar que los productos terminados estén en buen estado.
- ✓ Control de la producción y de los inventarios.
- ✓ Controlar el volumen de producción versus el volumen de comercialización.
- ✓ Optimización de recursos. Pronostico de ventas
- ✓ Planeación y distribución de instalaciones
- ✓ Análisis y control de fabricación o manufactura.
- ✓ Planeación y distribución de instalaciones
- ✓ Higiene y seguridad industrial.
- ✓ Control de Calidad.
- ✓ Responsable directo del análisis, planeación y ejecución de planes que
- ✓ implican nuevos proyectos de producción.
- ✓ Aprobar los procedimientos relacionados con las operaciones de fabricación, incluyendo los controles en proceso y asegurar su estricto cumplimiento.

#### **Operadoras:**

- ✓ Ejecutar las operaciones designadas de acuerdo al procedimiento productivo planteado
- ✓ Cumplir con las disposiciones emitidas.
- ✓ Aplicar las políticas de producción.
- ✓ Elaborar los productos, en base a la planificación previa.

### **Departamento Financiero:**

Se encargará del manejo adecuado de los recursos financieros (dinero) que circula través de las operaciones de la Asociación, manteniendo solvencia económica para algún imprevisto. Control del recurso económico de Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M.

### **Jefe Financiero**

#### **Funciones**

- ✓ Presentar mensualmente informes, recuperación de la caja chica.
- ✓ Custodiar los fondos y destinar el dinero ante cualquier imprevisto.
- ✓ Elaborar el Presupuesto la entidad y someterlos a consideración de la Directiva y a la aprobación de la Asamblea General de Socias.

### **De la Tesorera:**

#### **Funciones**

- ✓ Administra y responder civil y penalmente de los fondos de la entidad y ubicar dichos fondos y bienes de acuerdo a las disposiciones del Director y de la Asamblea General de Socia.
- ✓ Llevar los libros de ingreso y egresos con caridad y objetividad;
- ✓ Recibir los valores por cualquier concepto ingresaren y depositaren en una cuenta bancaria, no pudieren por ningún motivo retener en su poder cantidades de dinero por más de 48 horas hábiles.
- ✓ Presentar al Directorio y a la Asamblea General, cada 6 meses o cuando estime conveniente los Organismos Directivos de la Entidad el Estado de Cuentas;
- ✓ Efectuar anualmente el inventario de los bienes de la Asociación.
- ✓ Autorizar con su firma y la de la Presidenta los Cheques y todo egreso económico.

### **Departamento Comercial:**

Se encargará de gestionar la comercialización de los productos de A.M.A.D.O.M., reconocimiento en el mercado, e incrementar la cartera de clientes y el volumen de ventas.

### **Jefe de Marketing y Ventas.**

#### **Funciones:**

- ✓ Analizar el entorno: analizar el mercado y la competencia.
- ✓ Aplicación de marketing mix sobre los productos artesanales
- ✓ Aptar mayor mercado.
- ✓ Realizar publicidad escrita como: Trípticos, dípticos, volantes que promociones los productos.
- ✓ Fijar precios de los productos.
- ✓ Ofertas comerciales.
- ✓ Publicidad mediante medios de comunicación: radio, televisión, redes sociales.
- ✓ Informes sobre estadísticas el reconocimiento.
- ✓ Evaluar y monitorear los resultados de las estrategias aplicadas.

### **Ejecutivo de venta**

#### **Funciones:**

- ✓ Aplicar técnicas de ventas
- ✓ Nuevos canales de distribución del producto
- ✓ Promocionar la marca en la mente de los clientes
- ✓ Receptar críticas y sugerencias del servicio y el producto por parte del cliente.
- ✓ Dar a conocer los beneficios y bondades que presentan las artesanías.
- ✓ Impulsar la venta.
- ✓ Adiestrar nuevos canales de distribución.

## **4.4 ELEMENTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE A.M.A.D.O.M.**

### **4.4.1 FILOSOFÍA**

Dentro de la filosofía corporativa de la Asociación A.M.A.D.O.M. se tiene las aspiraciones de ser pioneros en la comercialización, líderes en la exportación de los productos, los cuales permitirán saber cuál es su razón de ser y hacia dónde quieren llegar en el mercado que está incursionando.

### **4.4.2 MISIÓN**

Promover el desarrollo social y económico del sector artesanal de la Comuna Dos Mangas con la adecuada comercialización de sus productos elaborados con paja toquilla dentro y fuera de la provincia, mediante la implementación de estrategias que permita lograr posicionamiento y reconocimiento en el mercado artesanal.

### **4.4.3 VISIÓN**

Liderar el mercado artesanal de productos elaborados con paja toquilla en la región peninsular, logrando penetrar en el mercado Internacional con productos de alta calidad que contribuyan al desarrollo productivo de la economía de la Provincia de Santa Elena.

### **4.4.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- Impulsar la mercadotecnia de los productos que tiene la Asociación y la comuna en general.
- Formar artesanas líderes en la negociación, enfocadas en el bienestar general de la Comuna Dos Mangas.
- Lograr el mejoramiento continuo en la gestión administrativa, comercial y productiva.
- Aplicar estrategias efectivas que permitan ingresar al mercado Internacional.
- Emplear procesos que logren entregar productos terminados de calidad para posesionar el producto en el mercado.

## **4.4.5 PRINCIPIOS ÉTICOS Y VALORES CORPORATIVOS**

### **4.4.5.1 Principios Éticos**

- **Trabajo en equipo:**

Se fomenta trabajar conjunto con compañerismo, sociabilizar las actividades y compartimos ideas, y las decisiones que se toman con la participación de todo el equipo logrando resultados positivos.

- **Comunicación:**

La comunicación juega un papel importante entre los colaboradores y clientes permitirán transmitir información directa e indirectamente con la finalidad de conocer y entender los procesos que se manejan sin distorsionar el enlace existente, siendo fundamental la interrelación entre colaboradores.

- **Calidad:**

Es importante que la elaboración de los productos de paja toquilla sea elaborada con calidad para que los clientes se sientan satisfechos con el producto que adquieren, y poder estar al nivel competitivo del mercado.

- **Confidencialidad:**

La confidencialidad se promueve para tener resultados exitosos en la aplicación de estrategias y la información siempre sea oportuna, se resguarda los archivos que pertenece a la organización para que exista fuga de información.

- **Justicia:**

Promover la igualdad en cada uno de los colaboradores, así como un ambiente en el que puedan darse condiciones aceptables para laborar. Equidad en las actividades y compensaciones por el trabajo, provoca una competitividad laboral general no personal.

- **Moralidad:**

La moral son las reglas que rigen la conducta de un ser humano con la sociedad y consigo mismo. Las personas sujetas a realizar las actividades bajo un juicio con criterio ante sus actos voluntarios, la moral se relaciona con el estudio de la libertad y acciones del hombre en todas sus manifestaciones

- **Eficacia:**

Busca conseguir lo previamente planteado es por ello que se hace enfoque con la capacidad para alcanzar el efecto que se espera de una reacción, con la finalidad de alcanzar el objetivo propuesto, siendo indispensable para toda organización.

- **Eficiencia:**

Se considera la eficiencia en la obtención de los resultados en un plazo prudencial de una manera optimiza la eficiencia que va de la mano con la eficacia, sin embargo la eficiencia señala el uso adecuado de los recursos a al uso racional de los medios para alcanzar un objetivo en un tiempo prudente.

- **Transparencia:**

La transparencia en toda organización se convierte en indispensable permite trabajar con nitidez, esto aporta a un ambiente confiable sin restricciones, teniéndolas cuenta e informes claros en busca de la excelencia organizacional, confiabilidad para una toma de decisiones certeras.

- **Imparcialidad:**

La imparcialidad se deriva de la justicia que sostiene las decisiones que deben tomarse con criterios, sin influencias, ni prejuicios o tratos diferenciados por razones inapropiadas. Todos los individuos deban ser tratados de la misma manera esto da provoca incentivación laboral, expulsa envidia y desmotivación siendo el atributo de la neutralidad.

#### 4.4.5.2 Valores Corporativos

- **Honestidad:**

La honestidad se caracterice por ser oportuno y real, por ello La Asociación de Mujeres, están enfocados en comprometerse, expresarse con coherencia y autenticidad en cada una de las actividades que realicen los miembros de la Asociación, incluyendo siempre la verdad y la ética. Teniendo transparencia en los proyectos que se realizan.

- **Respeto:**

La Asociación impulsa a trabajar en un ambiente lleno de respeto y consideración hacia los colaboradores y clientes sin importar su raza, religión o credo, manteniendo las relaciones interpersonales sobre la cual se sustente la ética y la moral. Respeto por la salud de las personas, y por el medio ambiente para nuevas y futuras generaciones.

- **Perseverancia:**

Tener claro los objetivos y las metas planteadas, un punto de llegada que incentive a trabajar por una meta logrando cada actividad con éxito, a través del optimismo y la motivación para lograr lo que se espera, a pesar de los obstáculos internos y externos.

- **Sentido de pertenencia:**

El sentido de pertenencia en toda organización es fundamental, les pertenecen a todos y por lo tanto deben sentirse dueños, propietarios donde ejercen sus labores. Esto incita obtener resultados favorables, realizando los trabajos de manera equitativa, aportando con el cien por ciento de sí mismos por un fin en común.

- **Tolerancia:**

La tolerancia representa el respeto y reconocimiento de los valores fundamentales de las personas que están a su alrededor, esto provoca un ambiente de trabajo cálido, donde armoniza la comunicación abierta e interacción entre los unos de otros.

- **Equidad:**

La Equidad demuestra igualdad y justicia social, lo que asegura un trabajo digno, sin hacer diferencias entre unos y otros, sexual o de género, entre otras, lo que aporta a un trabajo digno y humanitario. Esto provoca a una competitividad justa entre los miembros por buscar resultados con beneficio común, fomentando un trabajo arduo que genere resultados favorables.

- **Solidaridad:**

La solidaridad es una de los valores humanos por excelencia, siendo la colaboración mutua en la personas, manteniendo a las personas unidas, ser solidarios los unos de los otros.

- **Responsabilidad Ambiental:**

La responsabilidad ambiental en la actualidad es fundamental cuidando el medio ambiente, tomando en consideración el impacto ecológico de una decisión. Se aplica un desarrollo sustentable garantizando el buen vivir de las futuras generaciones.

- **Compromiso:**

El compromiso se asemeja al cumplimiento de las obligaciones, exponiendo las capacidades para sacar adelante aquello que nos han designado, confiado y nuestra conciencia ha aceptado. Proyectando sus energías todo aquello que su reflexión le dicta

- **Lealtad:**

La lealtad se identifica con la fidelidad que una persona le tiene a otra natural o jurídica, comunidad y así mismo, siendo es un valor que consiste en nunca darle la espalda a determinada persona o grupo social, unidos por lazos de amistad o por alguna relación social.

## **4.4.6. ANÁLISIS ESTRATÉGICO**

### **4.4.6.1 Análisis Interno**

Dentro al análisis interno en la Asociación de Mujeres A.M.A.D.O.M. se determina los recursos y las diversas necesidades, las cuales posee toda organización independiente de su tamaño al momento de ejecutar sus gestiones. Se considera una herramienta fundamental para recopilar la información real y tomar acciones correctivas dentro de la misma.

#### **4.4.6.1.1 Recurso Humano:**

Las artesanas involucradas en la asociación A.M.A.D.O.M. tienen destrezas en su agilidad en elaborar artesanías, su rapidez, conocimiento y experiencia, un talento humano que debe estar siempre motivado para trabajar en equipo. Ejecutar proyectos y actualizados en conocimientos.

#### **4.4.6.1.2 Recurso Material:**

La asociación A.M.A.D.O.M. cuenta con vitrinas para exhibir sus productos, y pueden comercializarlo a clientes que visitan la comunidad, expandir el mercado y no limitando su gestión comercial.

#### **4.4.6.1.3 Recurso Financiero:**

La asociación realiza autogestión de sus gastos a través de las ventas de los artículos que venden en las ferias, o exposiciones, otro de sus ingresos es a través de una cuota semanal de \$2.00 que da cada artesana para tener fondos ante imprevistos y solventar préstamos.

#### **4.4.6.1.4 Recurso Tecnológico:**

Dentro de las actividades productivas si cuentan con maquinaria para el proceso de la paja toquilla, también cuentan con maquinarias armadas artesanalmente, que deben tener mantenimiento continuo.

#### **4.4.6.2 Análisis Externo**

De acuerdo al diagnóstico realizado se analizan los factores que afectan directa e indirectamente a la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M., aprovechando las oportunidades que ofrece el mercado y detectando las amenazas que se presentan para poder solventarlas, tomar medidas correctivas y poder ejecutar estrategias que permitan ser competitivos.

##### **4.4.6.2.1 Rastreo**

A través de una observación primaria se identifica las tendencias y cambios que tiene el mercado, siendo muy variante, lo que obliga a las organizaciones a mantenerse en constante actualización, y responder favorablemente ante estas exigencias del mercado. La asociación regularmente no realiza un rastreo constante de los cambios que se suscitan, y se vuelven muy crítico para adaptarse ante los cambios, esto repercute al momento de promoverse como una asociación competitiva.

##### **4.4.6.2.2 Supervisión**

Dentro de la supervisión se basa a una observación continua para diagnosticar las estrategias que aplica la competencia, la asociación A.M.A.D.O.M. no realiza un control y seguimientos de la competencia, lo que provoca desactualización de información, inestabilidad y desequilibrio en la toma de decisiones, cabe recalcar que en las medidas que se toman tampoco diagnostican si dan un buen resultado de las gestiones estratégicos que se ejecutan.

##### **4.4.6.2.3 Pronóstico**

Se determina los hechos consiguientes que afectarían a la asociación, el tiempo de respuesta con adaptación ante los cambios que se susciten, analizando los efectos que han dado como resultado del buen rastreo y supervisión. La Asociación específicamente no pronostica ninguna actividad, no haciendo prevención, ni teniendo de respaldo escenarios que respondan antes las diversas tendencias.

#### **4.4.6.2.4 Evaluación**

Se analizan los resultados de cada acción realizada, y se determinan cuáles son los efectos causados para tomar medidas correctivas o mejorar las gestiones efectuadas, esto ayuda a un monitoreo constante y apertura ante una respuesta rápida y oportuna.

#### **4.4.6.3 Análisis del Ambiente General**

Se diagnostica diversos segmentos para analizar el fenómeno a estudiar sus acontecimientos externos que afecta directa e indirectamente su actividad, en lo político, económico, socio-cultural, tecnológico, global y ambiental.

##### **4.4.6.3.1 Segmento Demográfico**

La comuna Dos Mangas tiene aproximadamente 950 habitantes de los cuales se identifican por el trabajo tradicional artesanal las mujeres en un 90%, con edades entre 24 y 38 años, en un 90% con estado civil casadas, sus ingresos económicos dependen de las artesanías hechas con la paja toquilla.

##### **4.4.6.3.2 Segmento Económico**

Dentro de lo económico las estrategias estudian el ambiente económico para identificar los cambios, tendencias y sus implicaciones estratégicas; esto incluye la tasa de inflación que en la actualidad es de 5.22%, tasa de ahorro personal.

##### **4.4.6.3.3 Segmento Socio-cultural**

En la actualidad las mujeres han evolucionado su participación en el ámbito empresarial dando apertura a nuevos campos laborales, denotando su competitividad empresarial, siendo la Asociación AMADOM, un grupo de mujeres emprendedoras reflejándose como un ejemplo de perseverancia y de fuerza de trabajo, demostrando sus capacidades, habilidades, y destrezas en sus actividades.

#### **4.4.6.3.4 Segmento Tecnológico**

La asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas cuenta con maquinarias especializadas para procesar la paja toquilla en su trayecto de secado y tinturado, máquinas de coser, que ayudan a elaborar un producto optimizando recursos y tiempo de ejecución.

Cabe recalcar que no se ha dado ningún plan de contingencia en cuanto algún daño de maquinaria, lo que no respaldaría otra maquinaria para sustituir alguna averiada. Dentro de este análisis se toma en consideración la innovación de los procesos que se deben implantar para mejorar la eficiencia del proceso de producción, también para buscar mejorías en la calidad del producto, teniendo una materia prima mucho más fina logrando un producto estilizado.

#### **4.4.6.3.5 Segmento Global**

El mercado es muy amplio y variante, en el Ecuador se comercializan estos productos en diversos lugares, los productores/comerciantes que mayor posicionamiento tienen es en Manabí y Cuenca con buena acogida de mercado no solo nacional sino internacional.

El producto es identificado y cotizado en otros países, tiene un nivel alto de aceptación, para aquello se debe solidificar las actividades para mantenerse en un estatus equitativo y poder competir.

#### **4.4.6.3.6 Segmento Ambiental**

La asociación a través de campañas de cuidado al medio ambiente, tiene áreas protegidas y proceden a regenerar lo que se extraen, esto fomenta una cultura ambiental y no de explotación.

Este segmento actualmente es fundamente, la sostenibilidad empresarial se enfoca en el cuidado del medio ambiente, en aportar con medidas respectivas para no contaminar el medio.

#### **4.4.6.4 Análisis de Porter.**

Para diagnosticar el mercado que está inmerso con la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M. se procede a realizar un análisis de Porter que indica la relevancia través de las 5 fuerzas detalladas:

- **Amenazas de competidores potenciales:**

Esto incurre competidores que están en el círculo competitivo, lo que provoca mayor monitoreo antes las estrategias que apliquen y, no se conviertan en competidores reales que afecten directamente al plan operativo. Es importante están en constante monitoreo para detectar los cambios que se suscitan en el entorno y poder reaccionar ante las amenazas expuesta.

- **Poder de negociación de los proveedores:**

Regularmente la Asociación AMADOM ya cuenta con precios casi estables para adquirir la materia que traen de la montaña, no es una disputa constante, donde llegaron acuerdos para la venta del producto. Su importancia de prever la materia prima es considerable, hay que mantener una interacción negociante para que el producto final tenga el ingreso esperado.

- **Poder de negociación de los compradores**

En la asociación A.M.A.D.O.M. el cliente tiene poder sobre la compra, lo que repercute en una estabilidad de precios, debido a su desconocimiento sobre la aplicación de técnicas y herramientas de venta. Las artesanas no pueden mantener estable la comercialización para no obtener perdidas en la comercializaron.

- **Amenazas de productos sustitutas**

El producto sustituto ante la paja toquilla es la paja palmito, con la que se puede hacer los mismos productos y artículos que provocan que los clientes opten por aquello su nueva textura, por ello es radical tener posicionamiento no solo de marca sino de calidad.

- **Rivalidad entre los competidores existentes**

La constante innovación y la adaptación a los cambios hace que constantemente unos quieran ser mejores que otros, y buscan alternativas para competir, es ahí donde la asociación debe estar preparada para poder solventar estos escenarios.

#### 4.4.6.5 Análisis Situacional: Matriz FODA - DAFO

Permite analizar el entorno interno y externo de la Asociación para identificar de qué manera nos presentamos ante la competencia, que herramientas podemos implementar tomar decisiones oportunas a través del monitoreo ante un mercado cambiante.

**Cuadro. N° 30** Análisis Situacional

1. FORTALEZAS	2. OPORTUNIDADES
F1: Experiencia de las artesanas en la elaboración de artesanías.	O1: Promoción de sus productos en ferias y exposiciones.
F2: Cuentan con materia prima en el sector.	O2: Competencia con calidad en los productos.
F3: Conocimiento total en la temática sobre sus productos.	O3: Convertirse en proveedores de materia prima.
F4: Capacidad de innovación y creatividad en diseño de productos.	O4: Alianza con la comunidad para fortalecer la comercialización de los productos.
F5: Cuentan con maquinaria para el proceso de producción.	O5: Cuentan la ayuda de diversas instituciones.
3. DEBILIDADES	4. AMENAZAS
D1: Carecen de empoderamiento sobre las actividades.	A1: Variedad de productos de la competencia.
D2: Escases de planes que sustenten y direccionen las gestiones.	A2: Poder de liderazgo de la competencia en el mercado.
D3: Escaso conocimiento de la técnica del benchmarking.	A3: Producción de mala calidad.
D4: Desmotivación laboral.	A4: Variedad de puntos estratégicos de venta competitivos.
D5: Escasa capacitación en áreas administrativas.	A5: Plagas
D6: Temor en realizar innovaciones y nuevos diseños.	A6: Clima lluvioso

ELABORADOR POR: María Lilibeth Pillasagua Loor

#### **4.4.7. ESTRATEGIAS**

##### **4.4.7.1 Estrategia de Mercadeo.**

La estrategia de mercadeo permite demostrar mejor los atributos, beneficios del producto y servicio, con la implementación de estrategias, tácticas y canales de distribución más apropiados, manejo de ventas, aplicación de precios y operaciones, se lograra un correcto posicionamiento de los productos elaborados con paja toquilla.

##### **4.4.7.1.1 Estrategia de Plaza o Distribución.**

Actualmente las socias de la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M. comercializan sus productos mediante canal directo e indirecto, representado por los intermediarios, esto es una desventaja para los artesanos, debido a que los intermediarios pagan precios demasiado bajos por la elaboración de los productos.

El poco nivel académico y las escasas oportunidades de poder comercializar directamente sus productos han ocasionado que las mujeres integrantes de la Asociación A.M.A.D.O.M. no alcancen su desarrollo y progreso, es por ello que es indispensable proporcionar la ayuda necesaria capacitando a los operarios y artesanas para tener mejor conocimiento en la expansión o distribución de los productos y servicios, con ello puedan:

- Obtener mayor ventaja ante los intermediarios; poder vender sus productos a mejores precios.
- Comercializar los productos a nivel local e internacional mejorando los canales de distribución.
- Obtener canales de distribución directos, lo que les permitirá tener mejores ingresos y llegar más rápido a sus clientes.

#### 4.4.7.1.1.1 Estrategia de canal de distribución

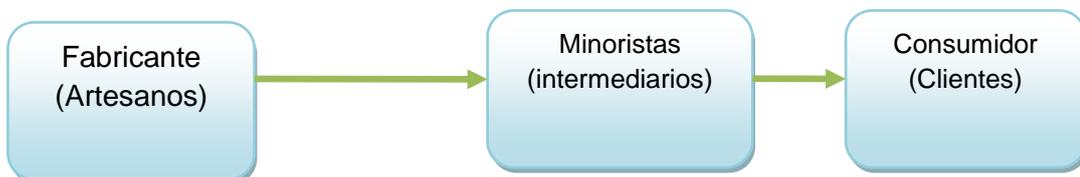
Gráfico N°. 31 Canal de distribución directo:



Elaborado por: María Lilibeth Pillasagua Loor

Es tipo de nivel se aplica el método de venta directa. El cual consiste en que las socias de A.M.A.D.O.M. elaboren los productos elaborados en paja toquilla y los entreguen directamente a diferente locales comerciales de la Región y del País, así mismo sin utilizar intermediarios se debería contratar una fuerza de ventas, para que entregue la mercadería en locales comerciales de la provincia y luego para expandir el producto en el mercado nacional e internacional.

Gráfico N°. 32 Canal de distribución indirecto:



Elaborado por: María Lilibeth Pillasagua Loor

Es segundo nivel consiste en que las socias de la Asociación utilicen este canal, para comercializar los productos elaborados en paja toquilla a minoristas. Los minoristas son intermediarios los cuales tienen contacto directo con los consumidores finales, en este caso son aquellos que se dedican a la venta al por menor.

Por ejemplo las socias de A.M.A.D.O.M. pueden elaboran sus prendas y entregarlas en diferentes locales de las ciudades del Ecuador donde existe afluencia de turistas y este los vende a las diferentes personas.

Además se recomienda optar por la distribución intensiva en la que se emplea todos los canales disponibles para abarcar mercado con mayor amplitud.

**Gráfico N°. 33 Canal de distribución indirecto:**



**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

En este tipo de canal se combina a los mayoristas, minoristas y clientes.

Consiste en que las socias elaboren en grandes cantidades y entregan los productos elaborados en Paja Toquilla a los mayoristas y este a la vez venda a los minoristas de los locales Comerciales y estos venden al público en general.

Se recomienda que las integrantes de la Asociación A.M.A.D.O.M., comercialicen sus productos elaborados en paja toquilla través del internet, con la finalidad de llegar a distintos segmentos geográficos, se hagan mayor énfasis en la comercialización no solo local, sino que crezca a nivel nacional, aumentando el índice de producción y comercial de la Asociación.

#### **4.4.7.2 Estrategias Comunicacionales**

Esta estrategia permite establecer un vínculo con los clientes potenciales, para provocar una percepción favorable, la cual se puede ejecutar a través de los medios de comunicación, de material P.O.P. (Point of Purchase / Punto de venta), internet, entre otras.

- Dar a conocer las características de los productos, integrando dos elementos claves: la calidad y el precio.
- Posicionar el producto de las artesanas de la Asociación A.M.A.D.O.M. de la Comuna Dos Mangas, en la mente de los consumidores, creando un mensaje que llegue a persuadir, una marca y un slogan de las microempresas para que los identifiquen, que realmente despierte el interés y atención del público objetivo al que se quiere llegar.

- Dar a conocer el producto de las artesanas, a través de los materiales P.O.P (Point of Purchase) como: (afiches, banners, mini valla, tarjetas de presentación).

Para poder promocionar los productos y servicios se recomienda lo siguiente:

Audiencia Potencial: El público objetivo son personas naturales o jurídicas mayores de edad que vivan dentro o fuera de la Provincia de Santa Elena.

#### **4.4.7.3 Estrategia de Producto.**

Las socias de la Comuna Dos Manas ofrecen gran variedad y diversidad de productos elaborados con paja toquilla los mismos que pueden ser adquiridos por los clientes actuales y potenciales.

**Gráfico N°. 34** Sombreros y carteras hechas en Paja Toquilla



**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

#### **4.4.7.3.1 Estrategia de Diversificación de productos.**

Esta estrategia le permitirá a la Asociación de Mujeres AMADOM, incursionar en el mercado artesanal con nuevos productos elaborados en paja toquilla, permitiéndole ser más competitivas e innovadoras para abarcar nuevos segmentos de clientes.

**Gráfico N°. 35** Diadema, Joyeros e Individuales



**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

Los productos elaborados por las socias de la comuna Dos Mangas son poco conocidos en el mercado peninsular, debido a la ausencia de una Marca que los identifique; por ello es necesario tener su propia Marca para lograr que sus productos cuenten con distintivos originales que sean reconocidos en el medio.

#### 4.4.7.3.2 Marca y Slogan:

De acuerdo a la opinión de cada uno de los artesanos se debería diseñar la marca, slogan y logotipo que los identificara en el mercado.

- **Marca:** Derecho exclusivo de la Asociación para comercializar su producto en el mercado. “A.M.A.D.O.M.”.
- **Slogan:** Variedad, calidad y estilo.
- **Publicidad:** Volantes: tríptico, dípticos, afiches donde se promocionen los productos, medios de comunicación como radio y televisión

Gráfico N°. 36 Logotipo: Identificación en el producto



Asociación De Mujeres Autónomas De Dos Mangas

Elaborado por: María Lilibeth Pillasagua Loor

#### 4.4.7.3.3 Atributos del Productos:

Como atributo principal que poseen las socias de la Asociación de la comuna Dos Mangas, es la rapidez con la que confeccionan los sombreros, la calidad de la materia prima, los detalles que le adjuntan a los productos, la marca y el logotipo son importante para diferenciar al producto de la competencia, deberían poseer un empaque o funda que contenga el distintivo, con la dirección y número telefónico de la asociación con la finalidad de que el público pueda contactarlas y realizar los pedidos de sombreros y otros productos de paja toquilla.

#### **4.4.7.4 Estrategia de Penetración.**

Dentro de la estrategia de penetración se destaca busca estar en la memoria de cada cliente de nuestro mercado segmentado, la cobertura rápida esta estrategia se puede aplicar al público en general, tales como a los locales de la Provincia de Santa Elena y del Ecuador ofreciendo precios bajos, los mismos que permitirá captar mayor cantidad de clientes de distintos lugares del País con una distribución masiva.

##### **4.4.7.4.1 Medios tradicionales**

- Crear una página web de la comuna donde se dé a conocer las diferentes actividades de las artesanas.
- Crear un grupo en Facebook de la Asociación para que las personas interactúen y se constituya una comunidad virtual y se den a conocer los productos.
- Cuñas radiales donde se indiquen los beneficios y características de los productos, así como el lugar donde se los puede adquirir.
- Hojas Volantes / tarjetas de Presentación: donde se da a conocer las diversidades de los productos elaborados en paja toquilla, nombre, direcciones y números telefónicos de la Asociación A.M.A.D.O.M.
- Feria libre o eventos para promocionar los distintos productos que ofertan las socias de la Asociación A.M.A.D.O.M., estos eventos pueden tener el patrocinio de las Instituciones Públicas de los diferentes Cantones de la Provincia.

##### **4.4.7.4.2 Medios no tradicionales**

- Valla (5 x 2 metros) que se ubicará a la entrada de la Comuna Dos Mangas, para dar a conocer a la Asociación y a la vez promocionar los productos.

- Bicibanner: En fechas especiales organizarse para que de forma voluntaria familiares de las personas que conformar la Asociación y que tenga bicicletas pueden ser unas 5 bici banners para que promocioe los productos en los 3 cantones de la Provincia de Santa Elena.
- Valla Móvil: Se podría utilizar vehículos de los familiares de las mujeres que integran la Asociación A.M.A.D.O.M., por determinado tiempo, para que promoción los productos que se elaboran de paja toquilla en la Comuna Dos Manga.

Gráfico N°. 37 Tarjeta de presentación:



Elaborado por: María Lilibeth Pillasagua Loor

#### 4.4.7.5 Estrategia de Precio

Se pudo verificar que las socias de la Asociación de Mujeres Autónomas de dos Mangas A.M.A.D.O.M., tienen precios muy bajos al momento de comercializar sus productos, los cuales son aprovechados y explotados por los intermediarios, la falta de conocimientos y del mercado propio son factores fundamentales que se debe tomar en cuenta; es por ello que es conveniente establecer precios adecuados para mejorar su calidad de vida.

Analiza cada producto destacando su calidad y mano de obra, hacer la verificación de los precios de referencia y compararlo con los precios del mercado.

#### **4.4.7.5.1 Estrategia de Descremado de Precios:**

Esta estrategia consiste en fijar un precio inicial, en este tipo de precio se aplica a los consumidores que tengan un alto nivel económico, y que estén interesados en adquirir las artesanías de paja toquilla, debido a la calidad que poseen, esta estrategia se puede aplicar a los turistas extranjeros que visitan la localidad quienes tienen conocimiento que en los países extranjeros estos productos son costosos y por ende estarían dispuestos a pagar el valor que se fije, permitiendo recuperar costos de manufactura, tener estabilidad, mayor ganancia y clientes.

#### **4.4.7.5.2 Estrategia de precio para cartera de producto:**

Las artesanas podrían aplicar paquetes de productos de paja toquilla elaborando variedad, logrando incluir una combinación de productos a un precio menor al valor individual de cada uno, de esta manera los mayoristas que se interesan en adquirirlos por volumen les resultara más factible.

#### **4.4.7.5.3 Precios Orientado a los Costos**

Las socias de la Asociación de mujeres Autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M. conocen sus costes de producción para elaborar los productos, por lo que a la hora de establecer los precios, es esencial conocer la estructura de sus costes, debido que la mayor parte del volumen de costes va a depender de los costes fijos de ellas.

Para la aplicación del precio de venta de los productos elaborados con paja toquilla se calcula sumándole un margen a los costes para obtener cierto beneficio, luego:  $\text{Precio de venta} = \text{Costes} + \text{Margen}$ .

Se debe considerar los siguientes costes: costes totales, los costes parciales y el direct-costing.

- **Los costes totales:** Este método tiene en consideración todos los costes que las artesanas utilizan para elaborar los diferentes productos hasta que dichos productos estén listo para ser vendido al público en general además se incluye los costes promocionales y los costes fijos.
- **Los costes parciales:** Este método se utiliza considerando un margen sobre el coste variable unitario del producto, es decir para aquellas artesanas que producen poco.
- El direct-costing: consiste en incluir únicamente los costes directos.

Es importante que A.M.A.D.O.M., considere los costos totales al momento de colocar el precio de venta al público de los sombreros y otros productos elaborados de paja toquilla, porque de esta manera fijaran un precio que les permita tener un margen de utilidad beneficios para la Asociación.

#### 4.4.7.5.4 Precios Orientados a la Demanda

Para este Plan Estratégico es necesario considerar estas tácticas orientadas a las demanda, este tipo de táctica ayudara a A.M.A.D.O.M. en lo siguiente:

- Crear ofertas únicas para los potenciales clientes.
- Cultivar y fidelizar la demanda seleccionada insistiendo antes los clientes de que están comprando productos de calidad.

Este tipo de precio orientado a la demanda se fija también teniendo en cuenta si es al contado o crédito:

**Cuadro N°. 31** Precio orientado a la Demanda

FORMA DE PAGO	MOMENTO DE COBRO	EXTENSIÓN DEL RIESGO
Pago al contado	Al momento de la entrega de los productos.	No existe riesgo alguno
Pago a Crédito	Se establece un determinado tiempo después de la entrega del producto, como máximo 15 días.	Riesgo de pérdida si el cliente no paga.

**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

#### **4.4.7.5.5 Precios Orientados a la Competencia**

Este tipo de estrategia de precios, se centra en lo que hacen los competidores para:

➤ **Diferenciarse de los competidores con precios superiores:**

Esta estrategia es adecuada para transmitir una imagen de calidad o exclusividad con el objetivo de captar los segmentos que tengan mayor poder adquisitivo además de que proyectan una imagen de calidad, brindando modelos nuevos, diseños novedosos, en utensilios, sombreros exclusivos con acabados impecables, se puede emplear en los locales comerciales de estatus social más elevado, debido a que existen locales que venden productos elaborados de paja toquilla para segmentos de prestigio y es una oportunidad de competir diferenciándolo en la calidad.

#### **4.4.8. CURSOS DE ACCIÓN**

La Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M. implementara un plan de acción que le permitirá ir desarrollando a través de paso que logran el cumplimiento de los objetivos planteados, estas deben ser cumplidas a cabalidad para alcanzar la meta planteada.

La flexibilidad del plan estratégico permite tomar medidas o re direccionar el curso de acción, con la finalidad de dar cumplimiento, permitiendo ejecutar sus operaciones para cumplir con las actividades programadas y alcanzar la o las metas propuestas que se plantearon.

Deben ser monitoreados y controlado para constatar su nivel de cumplimiento, a través de los indicadores de medición, donde se determina la factibilidad, o se tome medidas correctivas para direccionarla de una mejor manera, y poder lograr los resultados esperados, de acuerdo a los departamentos de la Asociación: comercial, productivo, administrativo y financiero.

**Cuadro N°. 32 Plan de acción**

<b>Estrategia</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Responsable</b>	<b>Acciones</b>
1. Estrategia de Precio	Incrementar precios en un 5% con respecto al año anterior	Pascuala González	1.1 Aplicar una política de recolección de costos de producción, como mínimo en un 10%.
			1.2 Realizar alianzas con proveedores para obtener precios accesibles de insumos para elaboración de productos.
			1.3 Establecer convenios con los distribuidores para que los precios sean accesibles en el mercado internacional.
2. Estrategia del Producto	Incrementar la satisfacción del cliente al nivel de 90%	Melida González	2.1 Realizar la venta de producto no solo en el mercado local sino a nivel de Sierra, Oriente, y el exterior.
			2.2 Diversificar los productos elaborados n paja toquilla para atender a distintos segmentos.
3. Estrategia de Plaza o distribución	Incremento de ventas en nuevos mercados	Jessenia Guale	3.1 Realizar un estudio de Mercado para ubicar estratégicamente loa productos elaborados de paja toquilla.
			3.2 Establecer la prioridad para ubicar un stock de productos en locales comerciales donde exista afluencia de clientes tanto nacionales como extranjeros.
4. Estrategia de promoción	Top of mind de los clientes	Alejandra González	4.1 Estructurar un programa agresivo y convincente de promoción del producto.
			4.2 AMADOM, permitiendo más interacción con los clientes (consultas on line).
			4.3 Intervenir en promoción y publicidad para dar a conocer AMADOM.
5. Estrategia de penetración.	Índice de satisfacción del cliente por la calidad de los productos terminados	Isidra Yagual	5.1 Contratar a 2 personas especializados en acabados de productos de paja toquilla.
			5.2 Instruir a las socias de AMADOM en procesos administrativos y operativos.
6. Personas	Medición de clima laboral y satisfacción de las socias de AMADOM	Cristina González	6.1 Contratar personal para la venta de productos con la finalidad de ampliar mercado a nivel nacional.
			6.2 Establecer capacitaciones constantes para que las socias que comercializan los productos elaborado en paja toquilla.
7. Evidencia Física	Número de personas que identifiquen la Asociación	María Orrala	7.1 Construcción de un letrero comunicacional que identifique la Asociación AMADOM
			7.2 Diseñar un logotipo que identifique la Asociación AMADOM y los productos de paja toquilla.

**Elaborado por:** María L. Pillasagua

#### **4.4.9. POLÍTICAS**

Para la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas A.M.A.D.O.M., es importante establecer política, en razón que las mismas son guías amplias que marcan las pautas en los procesos administrativos y operativos, aquellas servirán para orientar al personal de la Asociación, norma para seleccionar un curso de acción,

##### **Políticas de la Asociación A.M.A.D.O.M. de la Comuna Dos Mangas**

- Sistema de administración basado en la filosofía de calidad total.
- Satisfacción total del cliente interno y externo, mediante calidad del producto, entrega oportuna y atención personalizada.
- Optimización del recurso humano bajo normas de respeto y disciplina, entregando un justo reconocimiento y adecuado ambiente de trabajo.
- Incremento de precios de acuerdo a los costos operativos.
- Mejoramiento continuo de los sistemas de información, comunicación y procesos.
- Implementación de nuevas tecnologías en los procesos.
- Liderazgo empresarial de la dirección de la Asociación A.M.A.D.O.M.
- Mejora en procesos, ventas, atención al cliente.
- Aplicación de herramientas de exportación de productos (EXPORTAFACIL). cada año.
- Evaluación permanente de la planificación.
- Productos de calidad competitiva.
- Proteger la seguridad y salud de todos nuestros empleados
- Fomentación del trabajo en equipo.
- Aplicar desarrollo sustentable en todo momento
- Proteger el medio ambiente
- Desarrollo a la comunidad.
- Monitoreo y control sobre la Información confidencial.



Dentro de los programas se establecen tiempo planificado para direccionar de manera secuencial las actividades y poder cumplir con lo establecido, se realizan en base a un tiempo determinado y se puedan ejecutar a cabalidad para el logro de las proyecciones.

Este programa ordenado de acciones interrelacionadas con las estrategias propuestas ante la necesidad que presenta la Asociación de Mujeres de Dos Mangas AMADOM dirigido hacia un objetivo específico que se persigue a largo plazo, esto permite a todo tipo de organización a mejorar en sus actividades de acuerdo a las necesidades.

Los programas están vinculados con tres proyectos los cuales están proyectados para cinco años, estos permiten solventar y mejorar la situación actual que presenta la Asociación, los cuales deben ser cumplidos a cabalidad en un tiempo determinado.

Estos vuelven a la Asociación solvente y viable en sus actividades, se mejor la gestión administrativa, comercial, productiva y financiera, es indispensable llevar un control del nivel de cumplimiento por cada programa con sus proyectos respectivos.

La factibilidad que permite este tipo de planificación, en su característica flexible que da apertura a poder modificar o reestructurar algún curso de acción, aplicar estrategias acorde a las necesidades detectadas en la Asociación.

Es de suma importancia monitorear su avance, se están invirtiendo recursos que deben ser manipulados de la mejor manera, para no perder las oportunidades que existen en el entorno. Cada organización al contar con programas dentro de sus actividades está garantizando su estabilidad competitiva en el mercado.

Esto se ha visualizado en mayor producción, mejor rendimiento, responsabilidad en la proyección, con una comercialización en auge, esto convierte a la organización en una entidad competitiva en el mercado local y nacional y con prospectiva internacional.

#### **4.4.11 PROYECTOS**

Dentro de programación se establecen proyectos que buscan mejorar la actividad de toda organización en base a sus necesidades, se va fortaleciendo el ámbito comercial y productivo como es el caso de la Asociación de Mujeres de Dos Mangas, esto fomenta a convertirse en una organización competitiva, y con respuestas certeras ante las exigencias del mercado.

Se establecerán cuatro programas con la finalidad de mejorar los procesos de la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas y el posicionamiento de los productos elaborados con paja toquilla en A.M.A.D.O.M.

Estos proyectos impulsan el desarrollo económico, social y ambiental, brindando escenarios factibles para su evolución en el área comercial y productiva de la Asociación, buscan emprendimiento para abastecer las necesidades y abrir nuevas oportunidades en el mercado.

Un proyecto permite tener una planificación que vincula a un conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas, este permite alcanzar los objetivos específicos en base al presupuesto planteado, por ello es indispensable que las gestiones para el financiamiento sean direccionadas de la manera correcta bajos sustentos que viabilicen sus gestiones, considerando el lapso de tiempo previamente definido.

La gestión de proyectos aplica los conocimientos, ideas, habilidades, herramientas y técnicas apunta a lograr un resultado único, satisfaciendo la necesidad de su creación,

El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado esperado, productos o servicios, gestiones, valor agregado, no solo buscando producción en masa sino producción de calidad.

A continuación se detallan los Proyectos a ejecutarse en base a los programas diseñados para el efecto, los mismos que se establecerán mediante la matriz estructurada que se detalla a continuación:

**Cuadro N°. 34** Programa de Fortalecimiento de los procesos y de evaluación de gestión

<b>Programa de Fortalecimiento de los procesos y de evaluación de gestión.</b>	<b>P.1.1: Proyecto de Fortalecimiento en la Gestión de calidad y adquisición de maquinaria</b>					
	<b>Área Responsable: Producción</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
				<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	Aplicar normas de calidad en los procesos, a través de adquisición de maquinaria	Mayor producción. Productos terminados que compitan en distintos mercados del País.	Aumento de la producción.	MIN 30%	MIN 50%	MIN 80%
	<b>P.1.2: Proyecto de Desarrollo de Relaciones interpersonales exitosas.</b>					
	<b>Área Responsable: Administrativa</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
				<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	Aplicar integraciones deportivas. Considerar las ideas de cada artesana.	Mayor compromiso, entusiasmo, empatía, responsabilidad, amistad y confianza	Mayor interacción comunicacional	MIN 35%	MIN 70%	MIN 90%
<b>P.1.3: Proyecto de evaluación del desempeño</b>						
<b>Área Responsable: Administrativa</b>						
<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>			
			<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	
Controlar el desenvolvimiento de las artesanas dentro de sus funciones.	Fomentar una cultura organizacional.	Aumenta el Compromiso, y da empoderamiento en las actividades.	MIN 35%	MIN 55%	Max 80	

**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

**Cuadro N°. 35** Programa de posicionamiento y aplicación de marketing en A.M.A.D.O.M.

<b>Programa de posicionamiento y aplicación de marketing en A.M.A.D.O.M.</b>	<b>P2.1 Proyecto de conducción de atención personalizada para clientes. Área Responsable: Comercialización</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
				<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	Elevar el porcentaje de satisfacción de los clientes que requieren los productos ofertados por A.M.A.D.O.M	Fidelizar clientes nacionales y extranjeros	Aumento del número de clientes.	MIN 40%	MIN 60%	MIN 90%
	<b>P2.2 Proyecto de imagen corporativa. Área Responsable: Administrativa</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
				<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	Mejorar la imagen corporativa	Captar clientes potenciales	Posicionamiento de marca	MIN 45%	MIN 75%	MIN 90%
	<b>P2.3 Proyecto de fortalecimiento publicitario de la marca de A.M.A.D.O.M. Área Responsable: Comercialización</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
			<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	
Aplicar marketing agresivo	Captar mercado y reconocimiento	Fortalece ámbito comercial	MIN 40%	MIN 70%	MIN 90%	

Elaborado por: María Lilibeth Pillasagua Loor

**Cuadro N°. 36** Programa de fortalecimiento de las gestiones administrativas de A.M.A.D.O.M.

<b>Programa de fortalecimiento de las gestiones administrativas de A.M.A.D.O.M.</b>	<b>P3.1 Proyecto de fortalecimiento de comercialización de productos</b>					
	<b>Área Responsable: Comercialización</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
				<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	Conocer nuevas técnicas de mercadeo para ofertar los productos de paja toquilla.	Aplicar benchmarking en A.M.A.D.O.M, para ser competitivos en el mercado artesanal.	Incremento en las ventas de los productos.	MIN 30%	MIN 60%	MIN 80%
	<b>P3.2 Proyecto de fortalecimiento de las gestiones administrativas de A.M.A.D.O.M.</b>					
	<b>Área Responsable: Administrativa</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
				<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	Mejorar las gestiones, direccionando operatividad acorde a las necesidades	Herramientas de medición para controlar los resultados.	Interacción de información oportuna y real	MIN 45%	MIN 60%	MIN 90%
<b>P3.3 Proyecto de fortalecimiento publicitario de la marca de A.M.A.D.O.M.</b>						
<b>Área Responsable: Comercialización</b>						
<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>			
			<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	
Fortalecer el ámbito comercial productivo tanto de la AMADOM como de la comuna	Apertura a nuevos mercado	Mayor reconocimiento, y recursos	MIN 40%	MIN 60%	MIN 90%	

**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

**Cuadro N° 37** Programa de Exportación de productos

<b>Programa de Exportación de productos</b>	<b>P4.1 Proyecto de fortalecimiento del manejo de herramientas on line</b> <b>Área Responsable: Comercial</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
				<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	Utilizar las nuevas herramientas de la web 2.0 para captar mercado Internacional.	Incursionar en la venta del producto on line	Número de cliente interesados en compra on line.	MIN 15%	MIN 35%	MIN 70%
	<b>P4.1 Proyecto de utilización de herramienta de exportación EXPORTAFACIL</b> <b>Área Responsable: Comercial</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
				<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	Aplicar herramientas informáticas como medio para negociar exportaciones	Indagar nuevos mercados internacionales	Expansión de mercado	MIN 15%	MIN 40%	MIN 70%
	<b>P4.1 Proyecto fortalecimiento de canales de distribución y logística</b> <b>Área Responsable: Comercial</b>					
	<b>Objetivo</b>	<b>Enfoque estratégico</b>	<b>Indicador</b>	<b>Metas</b>		
			<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	
Mejorar la logística de medios de comercialización de los productos	Mantener posición en el nivel competitivos	Incremento de canales de distribución	MIN 35%	MIN 55%	MIN 80%	

Elaborado por: María Lilibeth Pillasagua Loor

#### 4.4.12 PROCEDIMIENTOS

Los procedimientos que debe aplicar A.M.A.D.O.M. en la Asociación de la Comuna Dos Manga, para mejorar la gestión administrativa son las siguientes:

Un **procedimiento** es un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma, para obtener siempre el mismo resultado bajo las mismas circunstancias (por ejemplo, procedimiento de emergencia).

**Cuadro N°. 38** Procedimientos

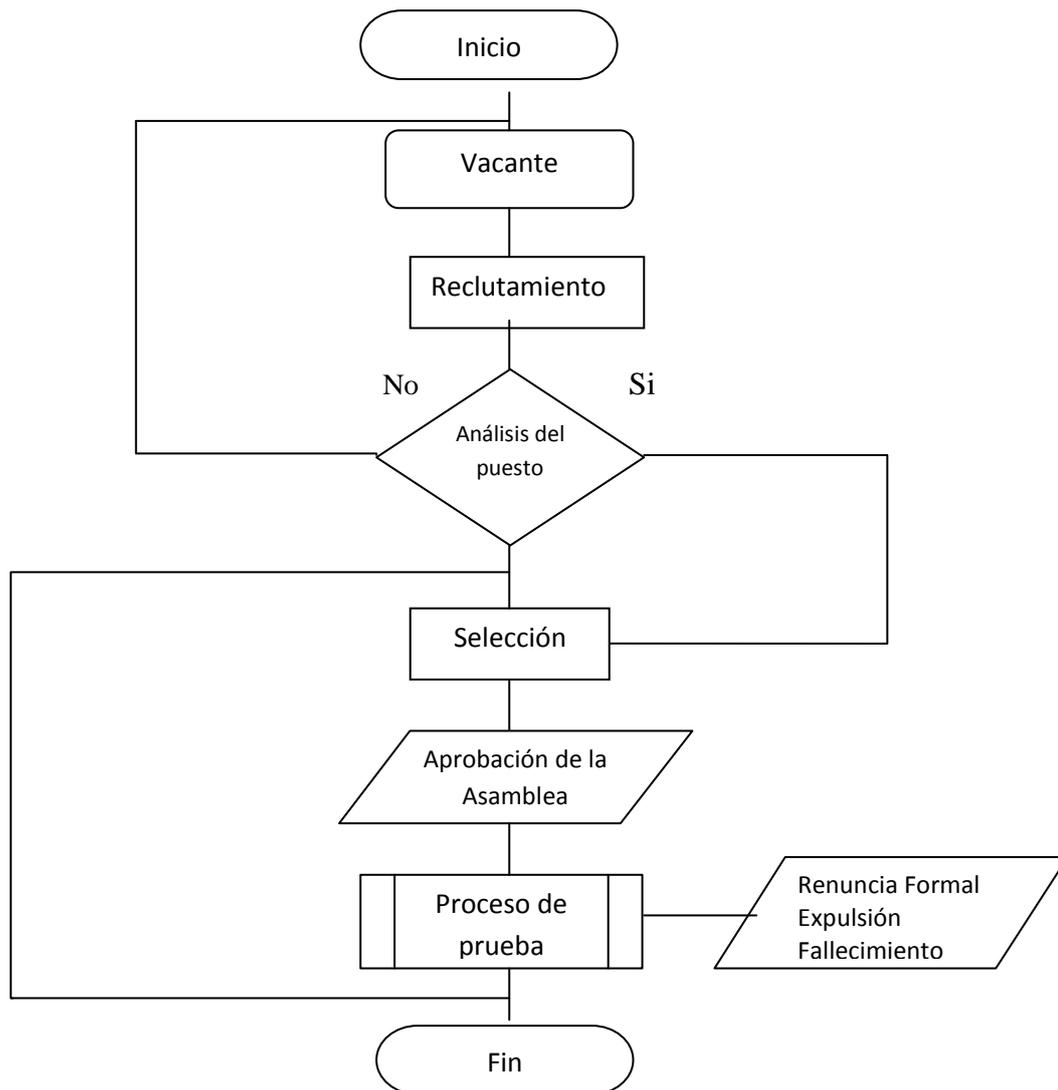
.ACTIVIDADES	PROCEDIMIENTOS
Analizar y calificar al personal que brinda el servicio con el fin de poder mejorar en diferentes técnicas en beneficio de la asociación A.M.A.D.O.M. y del cliente.	Asignar un profesional responsable para la evaluación y calificación del personal que brinda servicios en A.M.A.D.O.M.
Se realizará el mantenimiento de los equipos con los que cuenta A.M.A.D.O.M. con el fin de revisar su estado para de esta manera entregar un mejor producto.	Contratar un técnico para que brinde mantenimiento a los equipos de producción.
Se considera de gran importancia hacer el estudio correspondiente sobre la materia prima para considerar si el producto está satisfaciendo realmente al cliente.	Seleccionar a las socias con mayor experiencia para evaluar la calidad del producto.
Diversificar los productos elaborados en paja toquilla.	Diseñar un instrumento para determinar las necesidades de los clientes en el mercado.

**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

## Dentro del área administrativa: Las gestiones administrativas

1. **Selección de personal;** Dentro del proceso de selección se abre una vacante, donde se procede a seleccionar a través de la ley estipulada.

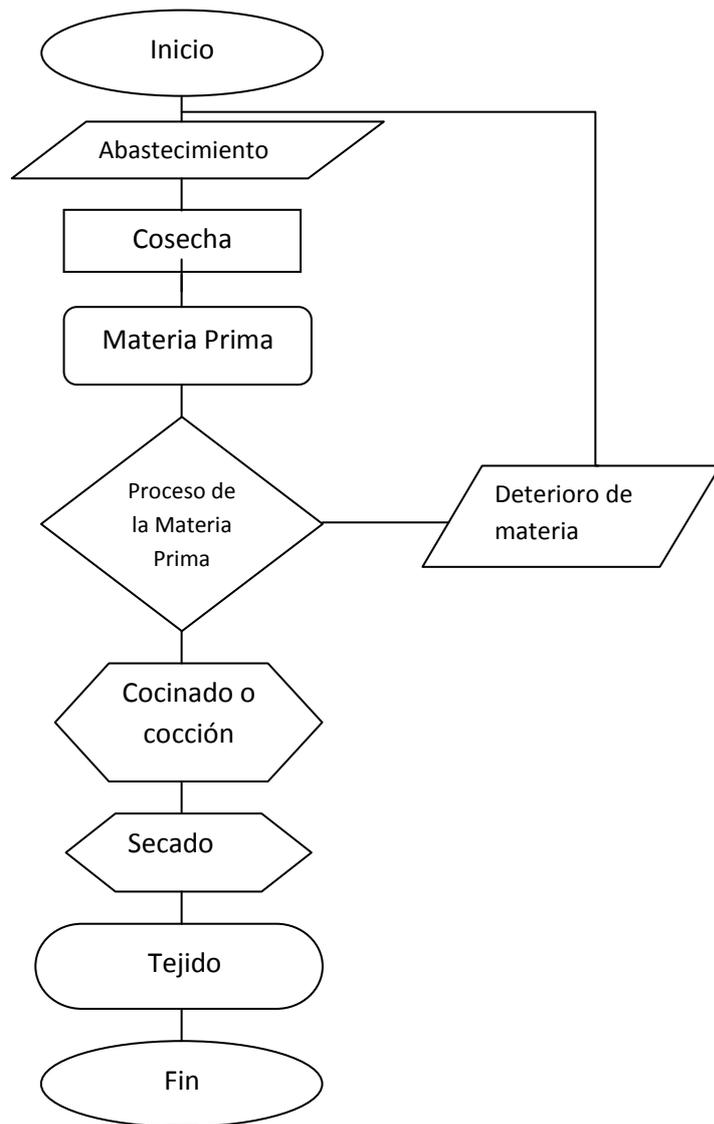
Gráfico N°. 38 Selección de personal.



Elaborado por: María Lilibeth Pillasagua Loor

2. **Proceso de producción:** Para la elaboración de las diferentes artesanías hechas a base Paja Toquilla, se procede de la siguiente manera.

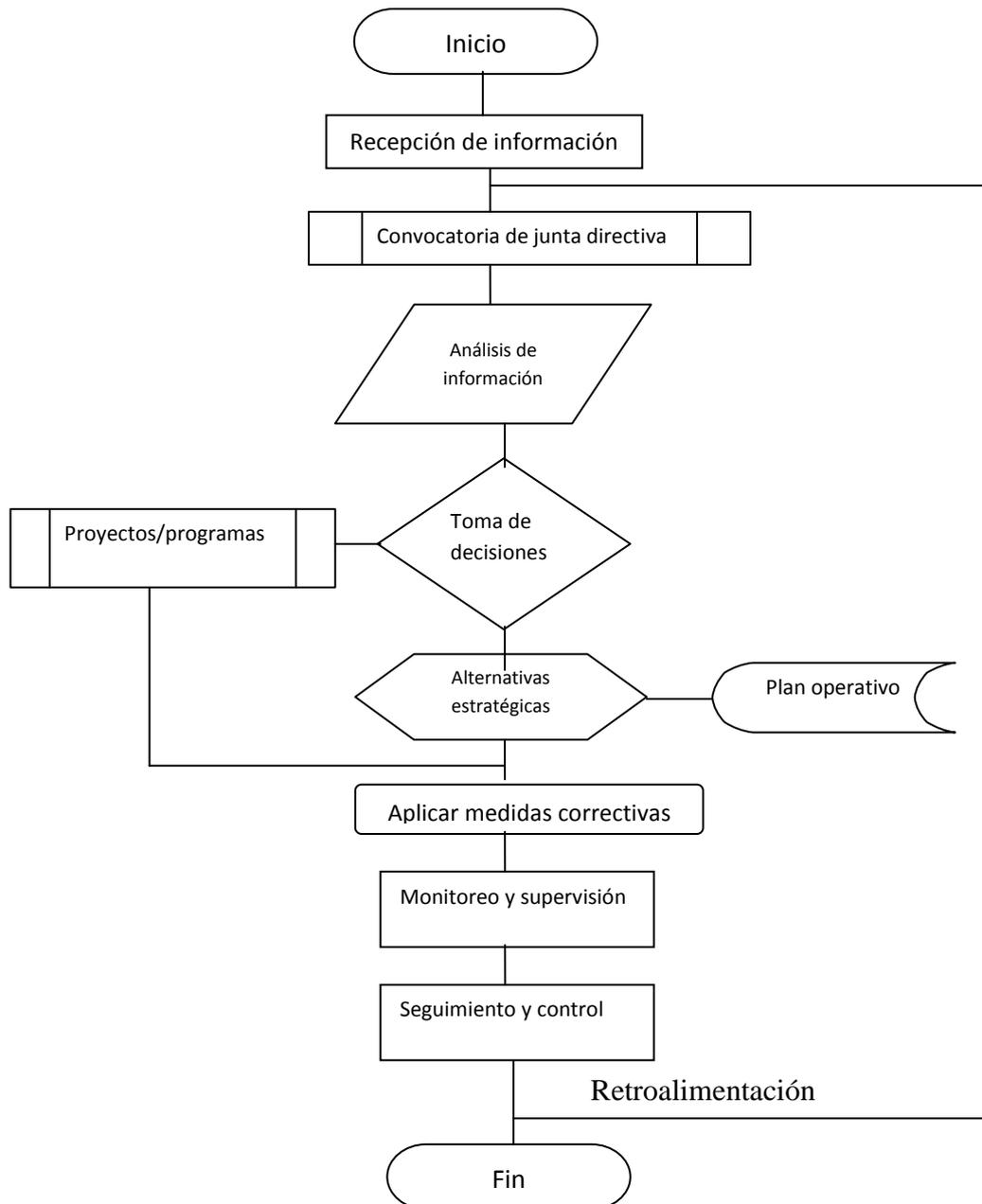
Gráfico N°. 39 Proceso de producción.



Elaborado por: María Lilibeth Pillasagua Loor

3. **Análisis de gestiones de A.M.A.D.O.M.:** Estos procedimientos permitirán tener una visión más clara a las socias de la Asociación al momento de llevar a cabo varias de las actividades planteadas, para el mejoramiento de la gestión administrativa de A.M.A.D.O.M.

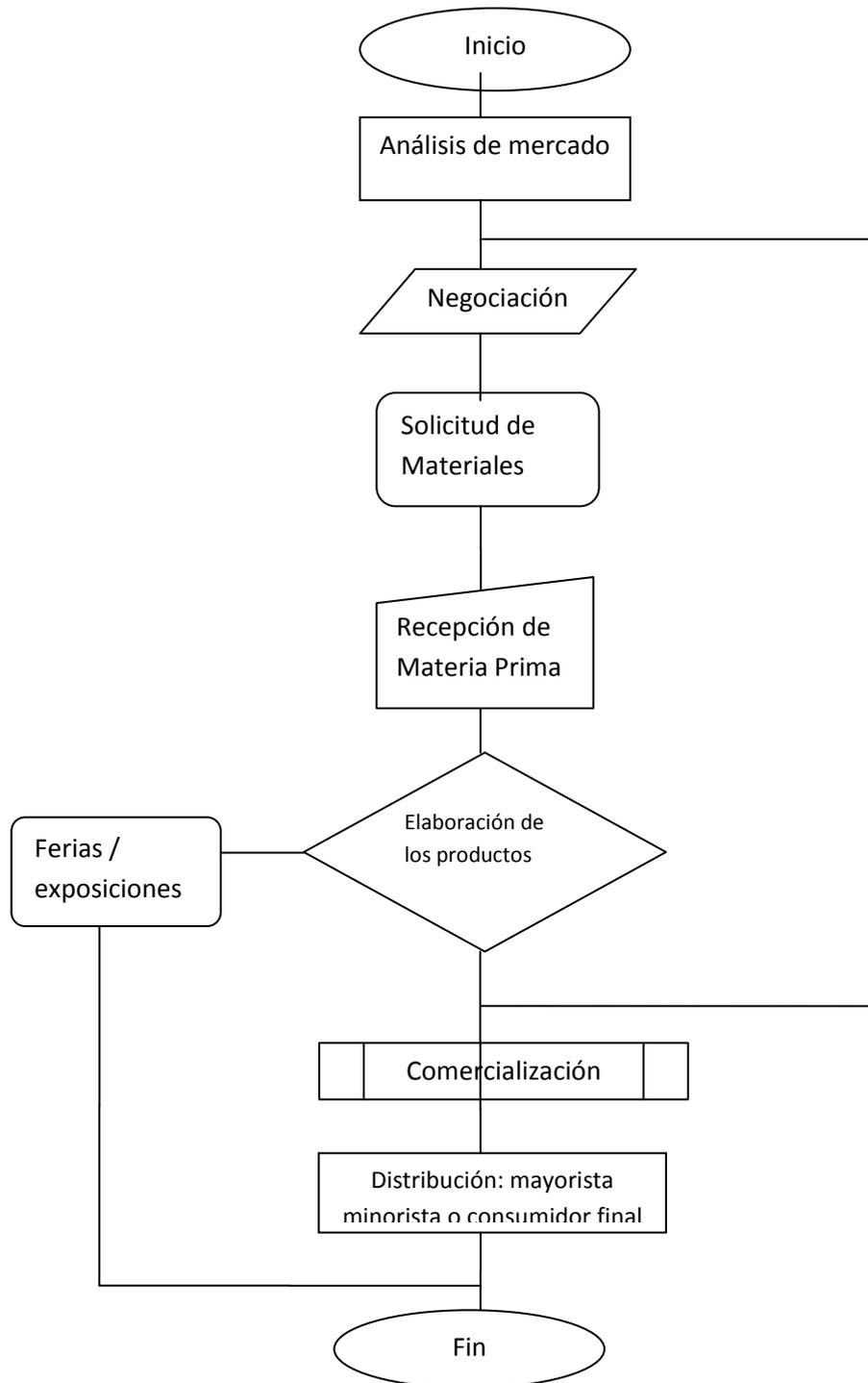
**Gráfico N°. 40** Análisis de gestiones de A.M.A.D.O.M.



**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

4. **Proceso de comercialización:** La secuencia del proceso de comercialización para obtener la venta de los diferentes productos elaborados de manera Local o Nacional.

**Gráfico N°. 41** Proceso de comercialización.



**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

#### 4.4.13. PLANEACIÓN OPERATIVA

**Cuadro N°. 39** Planeación Operativa

PROYECTO	INDICADOR	ACTIVIDADES	FECHA	RESPONSABLES	Medios de Verificación
Proyecto de Fortalecimiento en la Gestión de calidad y adquisición de maquinaria	Mayor producción en un 50% Mejorar en un 50% los procesos administrativos de la Asociación A.M.A.D.O.M., en el primer semestre.	Elaborar una planificación mensual por área.	Enero - Junio	Presidentes de la Asociación.	Documentos de las áreas de A.M.A.D.O.M.
Proyecto de conducción de atención personalizada para clientes.	Incremento de un 25% en la ventas.	Diversificar los productos elaborados en paja toquilla	Enero-Abril	Área de Comercialización	Historial de Ventas.
Proyecto de fortalecimiento del manejo de herramientas on line.	Incrementar la satisfacción del cliente al 90%	Aplicación de marketing relacional	Enero - Diciembre	Área de Comercialización	Buzón de sugerencias.
Proyecto de fortalecimiento de comercialización de productos.	Mejorar los acabados de los productos de paja toquilla en un 60%	Capacitación en diseños de productos de paja toquilla	Enero - Diciembre	Área de Producción	Productos terminados
Proyecto de desarrollo de alianzas estratégicas con otros artesanos	Mejorar la capacidad instalada en un 50% de la Asociación A.M.A.D.O.M.	Ampliación de áreas administrativas y productivas.	Enero - Diciembre	Presidente de la Asociación. Área Financiera	Infraestructura
Proyecto de evaluación del desempeño	Posicionamiento en un 25% de A.M.A.D.O.M. en la Provincia de Santa Elena.	Elaboración y aplicación de estrategias comunicacionales.	Enero - Diciembre	Todas las Áreas de A.M.A.D.O.M.	Estudio de mercado.

**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

La Planificación Operativa descrita en el cuadro anterior que se aplicará en la Asociación A.M.A.D.O.M., para el cumplimiento de las actividades y metas que permitirán alcanzar los objetivos a mediano y largo plazo. Entre de la planeación operativa, se aplican los accionares que serán implementados de manera estratégica, se determina el nivel de cumplimiento de sus actividades.

#### **4.4.14. MONITOREO Y SUPERVISIÓN.**

Para monitorear y controlar las actividades planificadas en la Asociación A.M.A.D.O.M., se ejecutara lo siguiente:

**Cuadro N°. 40** Monitoreo y supervisión.

<b>Monitoreo y supervisión</b>	
<b>Personal</b>	Analizar y calificar al personal que brinda el servicio con el fin de poder mejorar en diferentes técnicas en beneficio de la asociación A.M.A.D.O.M. y del cliente.
<b>Maquinarias</b>	Se realizará el mantenimiento de los equipos con los que cuenta A.M.A.D.O.M. con el fin de revisar su estado para de esta manera entregar un mejor producto.
<b>Materia prima e insumos</b>	Se considera de gran importancia hacer el estudio correspondiente sobre la materia prima para considerar si el producto está satisfaciendo realmente al cliente.
<b>Instalaciones</b>	Verificar que las instalaciones se encuentren en buen estado para reflejar una excelente imagen empresarial.
<b>Cientes</b>	Un estudio de mercado a los clientes de la asociación A.M.A.D.O.M. para medir el grado de satisfacción y poder tomar acciones que sean para mejorar.

**Elaborado por:** María Lilibeth Pillasagua Loor

#### **4.4.15. SEGUIMIENTO Y CONTROL.**

La Asociación A.M.A.D.O.M. al momento de iniciar sus actividades tendrá dentro de su planificación que realizar cada seis meses un control interno en los aspectos planteados. Lo descrito sirve para que la asociación A.M.A.D.O.M. tenga como política realizar el seguimiento y control para tomar acciones correctivas cuando sea necesario con la finalidad de obtener un mejoramiento continuo.

**Cuadro N°. 41 Seguimiento y Control**

<b>Actividades</b>	<b>¿Que se controla?</b>	<b>¿Cuándo se controla?</b>	<b>¿Por medio de que se controla?</b>	<b>¿Quiénes controlan?</b>
Elaborar una planificación mensual por área.	Cumplimiento del 90% de las actividades	Mensualmente	Documentación	Presidente de la Asociación A.M.A.D.O.M.
Diversificar los productos elaborados en paja toquilla	Elaboración de nuevos productos en un 25%	Semestralmente	Presentación de nuevos productos en el mercado.	Comercialización
Aplicar marketing relacional	Satisfacción del 80% de los clientes.	Diariamente	Buzón de sugerencia	Socias.
Capacitar en diseños de productos de paja toquilla	Asistencia de Socias 90%	Semestralmente	Lista de asistencia	Presidente de Asociación A.M.A.D.O.M.
Ampliar áreas administrativas y productivas.	Adecuación del 50% de la Asociación.	Anualmente	Evidencia Física	Socias.
Aplicar estrategias comunicacionales para la Asociación.	Utilización de Publicidad, Promoción, Marca y logotipo para A.M.A.D.O.M. en un 100%.	Anualmente	Medias no tradiciones. Estudio de mercadeo	Comercialización

#### 4.4.16 PRESUPUESTACIÓN

Cuadro N°. 42 Presupuesto Promocional

<b>Tabla 1.1</b>					
<b>1.</b>	<b>Impresos</b>	<b>Especificación de Material</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Hojas volantes con descripción básica del servicio.	Papel bond de 75gr. tamaño A5 full color	9000	\$ 0,044	\$400,00
2	Tarjetas de presentación 8x5 cm.	Papel: lino color: pantones 293 azul catie doble cara	1000	\$ 0,07	\$70,00
3	Pancartas	Tela lienzo 5 x 2mts.	2	\$ 150,00	\$ 300,00
				<b>Total</b>	<b>\$770,00</b>

<b>Tabla 1.2</b>				
<b>N°</b>	<b>INTERNET</b>	<b>DETALLE</b>	<b>ESPECIFICACIÓN DE MATERIAL</b>	
		<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
1	Elaboración de páginas web de las comunas donde se da a conocer las actividades de los artesanos de A.M.A.D.O.M.	1	\$ 500,00	\$ 500,00
2	Actualización y mantenimiento de la página web.	2	\$125,00	\$ 250,00
			<b>Total</b>	<b>\$750,00</b>

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>						
<b>CONCEPTO/AÑO</b>	<b>CERO</b>	<b>UNO</b>	<b>DOS</b>	<b>TRES</b>	<b>CUATRO</b>	<b>CINCO</b>
Por ventas en el país y otros		93,100.0	98,000.0	127,400.0	156,800.0	186,200.0
Por Exportaciones :		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>OTROS INGRESOS</b>		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Capital de trabajo final						
<b>INGRESOS</b>	<b>0.0</b>	<b>93,100.0</b>	<b>98,000.0</b>	<b>127,400.0</b>	<b>156,800.0</b>	<b>186,200.0</b>
Capital de trabajo		3,534.4	303.1	526.5	784.4	549.8
Inversiones/reinversiones/Preoperativos	10,858.0	250.0	938.0	3,320.0	1,438.0	3,650.0
Mantenimiento		340.0	340.0	340.0	340.0	340.0
Consolidado de recursos humanos		42,780.0	54,120.0	58,320.0	58,320.0	58,320.0
Suministros, Servicios y otros gastos		1,559.4	1,767.4	2,023.2	2,437.6	2,679.2
Total de materiales Directos ( M.P)		34,400.0	35,440.0	43,920.0	56,520.0	65,400.0
Depreciaciones		2,165.7	2,165.7	2,165.7	2,165.7	2,165.7
<b>EGRESOS</b>	<b>10,858.0</b>	<b>85,029.5</b>	<b>95,074.1</b>	<b>110,615.4</b>	<b>122,005.6</b>	<b>133,104.6</b>
<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>(10,858.0)</b>	<b>8,070.5</b>	<b>2,925.9</b>	<b>16,784.6</b>	<b>34,794.4</b>	<b>53,095.4</b>
0	-					
0	0.0	-	-	-	-	-
<b>TIR % (A.F.)</b>	<b>97.80%</b>					
<b>0.0</b>	<b>0.00%</b>					

<b>PRESTAMOS</b>	2,714.5	6,795.4				
<b>SERVICIO DE LA DEUDA</b>	<b>Método cuota variable</b>					
Pago del Capital		542.9	542.9	542.9	542.9	542.9
intereses		434.3	347.5	260.6	173.7	86.9
Costo financiero:		977.2	890.4	803.5	716.6	629.8
Costo financiero total		977.2	890.4	803.5	716.6	629.8
Beneficio neto	(8,143.5)	13,888.7	2,035.5	15,981.2	34,077.7	52,465.6

<b>TIR % (D.F.)</b>	<b>152.2%</b>
---------------------	---------------

<b>Periodo de repago Pay Back</b>	(10,858.0)	(2,787.5)	1,380.4	16,923.0	51,717.4	104,812.8
			<b><u>REPAGO</u></b>	<b><u>REPAGO</u></b>	<b><u>REPAGO</u></b>	<b><u>REPAGO</u></b>
<b>Utilidad por unidad invertida (UUI)</b>	19.59					

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Lilibeth Pillasagua

Nombre del Proyecto:	AMADOM		Fecha:	20-dic-12		2. CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	CANTIDAD	UNITARIO	Vida Util	Seguros %	Importado %
Cantidades expresadas en	DOLARES		Vida Util	Mantenimiento y	Componente	ACONDICIONAMIENTO	1	1,200.00	5	5%	
1. MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	V. UNITARIO	años	Seguros %	Importado %						
MAQUINAS ARTESANAS	5	250.00	5	5%							
LAPTOP	2	800.00	3	5%							
MAQUINARIA PARA COSECHA	6	200.00	5	5%		4. Diferidos y otras	CANTIDAD	UNITARIO	Vida Util	Seguros %	Importado %
IMPRESORAS	2	204.00	2			ESTUDIO FACTIBILIDAD	1	400.00	0		
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	1	400.00	3	5%		GASTOS ORGANIZACIÓN	1	300.00	0		
TANQUES PARA COCCION	5	30.00	1	5%		PUBLICIDAD	1	1,500.00			
MAQUINAS DE SECADO	5	200.00	3	5%							
						PREOPERACIONALES	AÑO UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
						Preoperativos					
						Capital Propio ( % de la inversion total)	75%	Financiado:	1.00	25%	
3. Muebles y enseres	CANTIDAD	UNITARIO	Vida Util	Seguros %	Importado %						
MESAS	6	80.00	2								
SILLAS	8	40.00	3								
VITRINAS	1	500.00	4								
TELEFONO FIJO	1	50.00	2								
EXTINTOR	1	60.00	1								
CELULAR	1	40.00	1								

FUENTE Fuente: Investigación de campo Elaboración Lilibeth Pillasagua

<b><i>I. INVERSIONES</i></b>					Año de reversión:				
		<b>DÓLARES</b>		<b>Vida Útil</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1. MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>años</b>	<b>uno</b>	<b>dos</b>	<b>tres</b>	<b>cuatro</b>	<b>cinco</b>
MAQUINAS ARTESANAS	5	250.0	1,250.0	5	0.0	0.0	0.0	0.0	1,250.0
LAPTOP	2	800.0	1,600.0	3	0.0	0.0	1,600.0	0.0	0.0
MAQUINARIA PARA COSECHA	6	200.0	1,200.0	5	0.0	0.0	0.0	0.0	1,200.0
IMPRESORAS	2	204.0	408.0	2	0.0	408.0	0.0	408.0	0.0
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	1	400.0	400.0	3	0.0	0.0	400.0	0.0	0.0
TANQUES PARA COCCIÓN	5	30.0	150.0	1	150.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MAQUINAS DE SECADO	5	200.0	1,000.0	3	0.0	0.0	1,000.0	0.0	0.0
		<b>Suma</b>	6,008.0		<b>150.0</b>	<b>408.0</b>	<b>3,000.0</b>	<b>408.0</b>	<b>2,450.0</b>
<b>2. CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES</b>									
ACONDICIONAMIENTO	1.0	1,200.0	<b>1,200.0</b>	5	0.0	0.0	0.0	0.0	1,200.0
		<b>Suma</b>	<b>1,200.0</b>		<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>1,200.0</b>
			<b>0.0</b>		<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>
<b>3. MUEBLES Y ENSERES</b>									
MESAS	6.0	80.0	480.0	2	0.0	480.0	0.0	480.0	0.0
SILLAS	8.0	40.0	320.0	3	0.0	0.0	320.0	0.0	0.0
VITRINAS	1.0	500.0	500.0	4	0.0	0.0	0.0	500.0	0.0
TELEFONO FIJO	1.0	50.0	50.0	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
EXTINTOR	1.0	60.0	60.0	1	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CELULAR	1.0	40.0	40.0	1	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		<b>Suma</b>	1,450.0		<b>100.0</b>	<b>530.0</b>	<b>320.0</b>	<b>1,030.0</b>	<b>0.0</b>

<b>4. DIFERIDOS Y OTRAS</b>									
ESTUDIO FACTIBILIDAD	1	400.00	400.0	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
GASTOS ORGANIZACIÓN	1	300.00	300.0	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
PUBLICIDAD	1	1,500.00	1,500.0	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	-	0.0	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Suma:</b>			2,200.0	<b>Reinversiones:</b>	250.0	938.0	3,320.0	1,438.0	3,650.0
				<b>Capital de trabajo</b>	3,534.4	303.1	526.5	784.4	549.8
				<b>PRE OPERACIONALES</b>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		<b>INVERSIÓN INICIAL :</b>	<b>10,858.0</b>	<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	3,784.4	1,241.1	3,846.5	2,222.4	4,199.8
<b>II. ESTRUCTURA FINANCIERA</b>									
			<b>Valores por Reinversiones existentes:</b>		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	<b>Capital propio</b>	75.00%	8,143.5						
	<b>Capital financiado</b>	25.00%	2,714.5						
	<b>Suma:</b>	100.00%	10,858.0						
<b>Fuente:</b> Investigación de campo	Elaborado	<b>Lilibeth Pillasagua</b>							

CALCULO DE DEPRECIACIONES		DOLARES				
1. MAQUINARIA Y EQUIPO	VIDA ÚTIL	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
MAQUINAS ARTESANAS	5	250.0	250.0	250.0	250.0	250.0
LAPTOP	3	533.3	533.3	533.3	533.3	533.3
MAQUINARIA PARA COSECHA	5	240.0	240.0	240.0	240.0	240.0
IMPRESORAS	2	204.0	204.0	204.0	204.0	204.0
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	3	133.3	133.3	133.3	133.3	133.3
TANQUES PARA COCCIÓN	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MAQUINAS DE SECADO	3	333.3	333.3	333.3	333.3	333.3
	<b>Suma</b>	1,694.0	1,694.0	1,694.0	1,694.0	1,694.0
<b>2, CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES</b>						
ACONDICIONAMIENTO	5	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
	<b>Suma</b>	240.0	240.00	240.00	240.00	240.00
<b>3. MUEBLES Y ENSERES</b>						
MESAS	2	-	-	-	-	-
SILLAS	3	106.67	106.67	106.67	106.67	106.67
VITRINAS	4	125.00	125.00	125.00	125.00	125.00
TELÉFONO FIJO	2	-	-	-	-	-
EXTINTOR	1	-	-	-	-	-
CELULAR	1	-	-	-	-	-
	<b>Suma</b>	231.67	231.67	231.67	231.67	231.67
<b>4. DIFERIDOS Y OTRAS</b>						
ESTUDIO FACTIBILIDAD	0	-	-	-	-	-
GASTOS ORGANIZACIÓN	0	-	-	-	-	-
	<b>Suma</b>	-	-	-	-	-
<b>Depreciación inversiones existentes</b>		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>TOTAL DEPRECIACIONES :</b>		2,165.67	2,165.67	2,165.67	2,165.67	2,165.67

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Lilibeth Pillasagua

<b>MANTENIMIENTO Y SEGUROS</b>						
					<b>DÓLARES</b>	
<b>1. MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>%</b>	<b>UNO</b>	<b>DOS</b>	<b>TRES</b>	<b>CUATRO</b>	<b>CINCO</b>
MAQUINAS ARTESANAS	5%	62.5	62.5	62.5	62.5	62.5
LAPTOP	5%	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0
MAQUINARIA PARA COSECHA	5%	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0
IMPRESORAS	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	5%	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
TANQUES PARA COCCIÓN	5%	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5
MAQUINAS DE SECADO	5%	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
	<b>SUMA:</b>	280.0	280.0	280.0	280.0	280.0
<b>2, CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES</b>						
ACONDICIONAMIENTO	5%	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0
	<b>SUMA:</b>	60.0	60.0	60.0	60.0	60.0
<b>3. MUEBLES Y ENSERES</b>						
MESAS	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
SILLAS	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
VITRINAS	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
TELÉFONO FIJO	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EXTINTOR	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CELULAR	0%	0	0	0	0	0
Mant. de Inver.Existentes		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>TOTAL SEGUROS Y MANTENIMIENTO</b>		<b>340.0</b>	<b>340.0</b>	<b>340.0</b>	<b>340.0</b>	<b>340.0</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Lilibeth Pillasagua

RECURSOS HUMANOS						
		Generación de empleo: <i>Remuneraciones (CANTIDAD DE DINERO)</i>				
<b>MANO DE OBRA DIRECTA (Jornales y otros)</b>						
<b>FUNCIÓN/AÑOS</b>	<b>COSTO UNITARIO ANUAL</b>	<b>UNO</b>	<b>DOS</b>	<b>TRES</b>	<b>CUATRO</b>	<b>CINCO</b>
Jornales	-	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ARTESANOS 1	3,780.00	7,560.0	7,560.0	7,560.0	7,560.0	7,560.0
ARTESANOS 2	3,780.00	7,560.0	11,340.0	11,340.0	11,340.0	11,340.0
ARTESANOS 3	3,780.00	7,560.0	7,560.0	7,560.0	7,560.0	7,560.0
<b>SUMA</b>		22,680.0	26,460.0	26,460.0	26,460.0	26,460.0
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>						
<b>FUNCIÓN</b>		<b>UNO</b>	<b>DOS</b>	<b>TRES</b>	<b>CUATRO</b>	<b>CINCO</b>
0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>						
<b>FUNCIÓN</b>		<b>UNO</b>	<b>DOS</b>	<b>TRES</b>	<b>CUATRO</b>	<b>CINCO</b>
SEGUIMIENTO Y CONTROL	3,780.0	3,780.0	7,560.0	7,560.0	7,560.0	7,560.0
PRODUCCIÓN	3,780.0	3,780.0	7,560.0	7,560.0	7,560.0	7,560.0
FINANCIERO	4,200.0	4,200.0	4,200.0	8,400.0	8,400.0	8,400.0
PRESIDENTA	4,560.0	4,560.0	4,560.0	4,560.0	4,560.0	4,560.0
<b>SUMA</b>		16,320.0	23,880.0	28,080.0	28,080.0	28,080.0
<b>PERSONAL DE VENTAS</b>		<b>UNO</b>	<b>DOS</b>	<b>TRES</b>	<b>CUATRO</b>	<b>CINCO</b>
MARKETING/VENTAS	3,780.0	3,780.0	3,780.0	3,780.0	3,780.0	3,780.0
<b>SUMA</b>		3,780.0	3,780.0	3,780.0	3,780.0	3,780.0

<b>Generación de empleo directo: Recursos monetarios requeridos y distribución porcentual</b>						
MANO DE OBRA DIRECTA (Jornales y otros)	<b>53.0%</b>	22,680.0	26,460.0	26,460.0	26,460.0	26,460.0
MANO DE OBRA INDIRECTA	<b>0.0%</b>	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
PERSONAL ADMINISTRATIVO	<b>38.1%</b>	16,320.0	23,880.0	28,080.0	28,080.0	28,080.0
PERSONAL DE VENTAS	<b>8.8%</b>	3,780.0	3,780.0	3,780.0	3,780.0	3,780.0
<b>TOTAL</b>	<b>100.0%</b>	<b>42,780.0</b>	<b>54,120.0</b>	<b>58,320.0</b>	<b>58,320.0</b>	<b>58,320.0</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Lilibeth Pillasagua

<b>Suministros, Servicios y otros gastos</b>					<b>Cantidad por año</b>		
	<b>UNIDAD</b>		<b>UNO</b>	<b>DOS</b>	<b>TRES</b>	<b>CUATRO</b>	<b>CINCO</b>
AGUA	m3	1	72.00	84.00	108.00	122.40	144.00
LUZ	KW/H	1	84.00	100.00	100.00	150.00	170.00
TELEFONO FIJO	\$	1	74.40	74.40	74.40	74.40	74.40
MANTENIMIENTO	\$	1	600.00	750.00	900.00	1,200.00	1,400.00
LIMPIEZA	\$	1	120.00	150.00	200.00	250.00	250.00
CELULAR	\$	0.25	36.00	36.00	63.00	63.00	63.00
PAPELERIA	\$	5	120.00	120.00	125.00	125.00	125.00
				<b>Requerimiento monetario</b>			
<b>Suministros, Servicios y otros gastos</b>				<b>Valores en</b>	<b>DOLARES</b>		
	<b>Precio Unit.</b>		<b>UNO</b>	<b>DOS</b>	<b>TRES</b>	<b>CUATRO</b>	<b>CINCO</b>
AGUA	1.0		72.0	84.0	108.0	122.4	144.0
LUZ	1.0		84.0	100.0	100.0	150.0	170.0
TELEFONO FIJO	1.0		74.4	74.4	74.4	74.4	74.4
MANTENIMIENTO	1.0		600.0	750.0	900.0	1,200.0	1,400.0
LIMPIEZA	1.0		120.0	150.0	200.0	250.0	250.0
CELULAR	0.3		9.0	9.0	15.8	15.8	15.8
PAPELERIA	5.0		600.0	600.0	625.0	625.0	625.0
<b>Total suministros y servicios</b>			<b>1,559.4</b>	<b>1,767.4</b>	<b>2,023.2</b>	<b>2,437.6</b>	<b>2,679.2</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Lilibeth Pillasagua

**PRODUCCION GENERADA E INGRESOS ESPERADOS  
DOLARES**

CONCEPTO/AÑOS	unidad		UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
<b>PRODUCCION TOTAL</b>							
PRODUCTOS	CONFECCIONADAS		9,500.0	10,000.0	13,000.0	16,000.0	19,000.0
0	0%		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
OTROS PRODUCTOS	0		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>VENTA LOCAL: PRODUCCION E INGRESOS</b>							
1. Produccion	Unidad	porcentajes	Unidades				
PRODUCTOS	CONFECCION	98%	9,310.0	9,800.0	12,740.0	15,680.0	18,620.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
OTROS PRODUCTOS	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2. INGRESOS	Precio unitario		Valores anuales				
PRODUCTOS	10.00		93,100.0	98,000.0	127,400.0	156,800.0	186,200.0
0	0.00		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
OTROS PRODUCTOS	0		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>VENTA INTERNACIONAL: PRODUCCION E INGRESOS</b>					unidades		
1. Produccion	Unidad		Unidades				
PRODUCTOS	CONFECCION	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
OTROS PRODUCTOS	0	0%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2. INGRESOS	Precio unitario		Valores anuales				
PRODUCTOS	-		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
0	-		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
OTROS PRODUCTOS	-		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Total ingresos anuales:</b>							
Por ventas en el país y otros		DOLARES	93,100.0	98,000.0	127,400.0	156,800.0	186,200.0
Por Exportaciones :		DOLARES	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	TOTAL	DOLARES	93,100.0	98,000.0	127,400.0	156,800.0	186,200.0

Fuente: Investigacion de campo  
Lilibeth Pillasagua

Nombre del Proyecto:	A.M.A.D.O.M.				
Cantidades expresadas en	DÓLARES		Vida Útil	Mantenimiento y	Componente
1. MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD	V. UNITARIO	años	Seguros %	Importado %
MAQUINAS ARTESANAS	5	250.00	5	5%	
LAPTOP	2	800.00	3	5%	
MAQUINARIA PARA COSECHA	6	200.00	5	5%	
IMPRESORAS	2	204.00	2		
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	1	400.00	3	5%	
TANQUES PARA COCCIÓN	5	30.00	1	5%	
MAQUINAS DE SECADO	5	200.00	3	5%	
2. CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	CANTIDAD	UNITARIO	Vida Útil	Seguros %	Importado %
ACONDICIONAMIENTO	1	1,200.00	5	5%	
3. MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	UNITARIO	Vida Útil	Seguros %	Importado %
MESAS	6	80.00	2		
SILLAS	8	40.00	3		
VITRINAS	1	500.00	4		
TELÉFONO FIJO	1	50.00	2		
EXTINTOR	1	60.00	1		
CELULAR	1	40.00	1		
4. DIFERIDOS Y OTRAS	CANTIDAD	UNITARIO	Vida Útil	Seguros %	Importado %
ESTUDIO FACTIBILIDAD	1	400.00	0		
GASTOS ORGANIZACIÓN	1	300.00	0		
PUBLICIDAD	1	1,500.00			
PREOPERACIONALES	AÑO UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Preoperativos					
Capital Propio ( % de la inversión total)		75%	Financiado:	-	25%

FUENTE

Fuente: Investigación de campo

Elaboración

Lilibeth Pillasagua

### **Conclusiones de la Propuesta.**

- a. El presente Plan Estratégico busca mejorar sustancialmente la comercialización y el desarrollo productivo de las socias de las Asociaciones A.M.A.D.O.M., con la finalidad de aportar al incremento económico de la comuna y del país y así contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de cada uno de los integrantes de su familia.
- b. Las socias de la Asociación A.M.A.D.O.M. de la comuna de Dos Mangas deben estar atentas a los cambios existentes por parte del mercado, para la innovación sus productos.
- c. Es necesario que la Asociación A.M.A.D.O.M. tenga una marca, logotipo y slogan que los identifique y logren posicionarse en la mente de los consumidores con identidad propia.
- d. Con la aplicación de forma oportuna de las estrategias y cursos de acción se busca captar la atención de los clientes y lograr abarcar un mercado más amplio. Como objetivo principal a mediano plazo se pretende alcanzar un porcentaje representativo en el mercado internacional.
- e. Constituye una actividad ineludible en la actualidad que las socias de A.M.A.D.O.M. de la comuna Dos Manga deben recibir capacitados en diferentes temas que les permita mejorar la comercialización de los productos elaborados en paja toquilla.
- f. Todo esto se podrá concretar con la gestión que las socias de A.M.A.D.O.M. desarrollen con las diferentes instituciones, sean estas públicas o privadas las mismas que podrían beneficiarlas como artesanas que son con micro créditos, capacitación, publicidad para tener mayor difusión de sus productos y lograr un posicionamiento en el mercado de paja toquilla.

# ANEXOS

## Anexo N° 1 Certificado

La Libertad, 23 de Septiembre del 2012

# CERTIFICADO

La Asociación de Mujeres Autónomas de Dos MAGAS A.M.A.D.O.M, certifica haber compartido la información solicitada por la Srta. María Lilibeth Pillasagua Loor, egresada de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE),trabajando conjuntamente en el desarrollo de ideas, aportaciones y propuestas para tratar el proyecto planeado cuyo tema es “Plan Estratégico para mejorar la gestión administrativa de la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas ‘A.M.A.D.O.M.’ de la Comuna Dos Mangas, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, 2012-2016”.

Es todo en cuanto se puede decir en honor a la verdad.



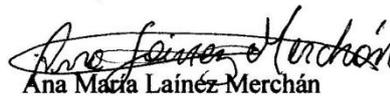
Nancy Gelacia Asencio Neira

**Presidenta**



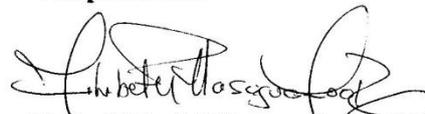
Lucindia Marilí Guale Baque

**Secretaria**



Ana María Láinez-Merchán

**Vicepresidenta**



María Lilibeth Pillasagua Loor

**Tesista**

Dos Mangas, 13 y 27 de Noviembre del 2011

## INFORME

Por medio de la presente se detalla las actividades realizadas con las socias artesanas:

### Actividades:

- Dialogo con las artesanas
- Análisis de los antecedentes y evolución de la asociación en el mercado.
- Compartición de experiencia como comerciantes y exportadores.
- Proceso de producción de sus artesanías.
- Análisis de los recursos.
- Necesidades de la Asociación.

Dos Mangas, 11 y 15 de Diciembre del 2011

### Actividades:

- Análisis de su estructura organizacional.
- Forma de mediación de sus indicadores de gestión.
- Vinculación de proyectos
- Aportación de personas naturales y jurídicas para gestionar sus actividades.
- Ferias, exposiciones nacionales e internacionales.
- Canales de venta.

Dos Mangas, 15 Enero del 2012// 12 y 26 de Febrero del 2012

### Actividades:

- Aplicación de técnicas de recolección de información: observación directa, cuestionario, ficha de entrevista.

Dos Mangas, 14 de Abril del 2012

**Actividades:**

- Análisis del mercado competitivo.
- Aportación de ideas y sugerencias
- Sociabilización en la formación de la filosofía misión, visión, y objetivos.

Dos Mangas, 19 y 26 de Mayo del 2012

**Actividades:**

- Análisis de la estrategias.
- Mejoras en el proceso de producción y comercialización

Dos Mangas de 14 Julio del 2012//11 y 25 de Agosto del 2012

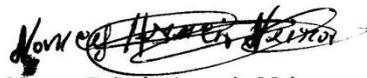
**Actividades:**

- Análisis de las estrategias.
- Análisis de ambiente interno y externo // Foda

Dos Mangas 8, 15,29 de Septiembre del 2012

**Actividades:**

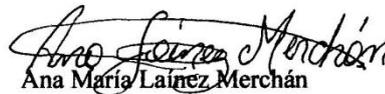
- Orgánico funcional.
- Marca, eslogan, publicidad.
- Políticas Programas, proyectos, presupuestacion.
- Sociabilización del contenido y Aportación de detalles.



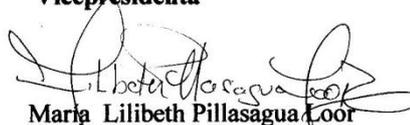
Nancy Gelacia Asencio Neira  
**Presidenta**



Lucindia Marilí Gualé Baque  
**Secretaria**



Ana María Lainez Merchán  
**Vicepresidenta**



María Lilibeth Pillasagua Lóor  
**Tesista**

## Anexo N° 2 GUÍA DE OBSERVACIÓN

**Objetivo:** Analizar de manera directa el nivel de cumplimiento que presenta la Asociación de Mujeres Autónomas de la Comuna Dos Magnas mediante la técnica de la observación para una recopilación de información oportuna y real.

### Escala de cumplimiento

**4 Siempre**                      **3 Muchas veces**                      **2 De vez en cuando**                      **1 Nunca**

“A.M.A.D.O.M.”. Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas de la Comuna Dos Mangas		<b>Asunto:</b>	Elaboración de un Plan Estratégico		<b>ÁREA:</b> ADMINISTRATIVA	
		<b>Fecha:</b>				
N°	Acciones a evaluar	Registro de Cumplimiento				Observaciones
		4	3	2	1	
1	Cumplen los objetivos que se plantean.					
2	Llevan un control sobre sus actividades.					
3	Cumplen con el trabajo encomendado.					
4	Utilizan los recursos de manera correcta.					
5	Aplican la comunicación efectiva					
6	Cada artesana cumple con una función específica.					
7	Cuentan con la infraestructura adecuada para el manejo de la producción.					

### Escala de cumplimiento

**4 Siempre**                      **3 muchas veces**                      **2 de vez en cuando**                      **1 nunca**

“A.M.A.D.O.M.”. Asociación de Mujeres Artesanas Autónoma de la Comuna Dos Mangas		<b>Asunto:</b>	Elaboración de un Plan Estratégico		<b>ÁREA: COMERCIAL</b>	
		<b>Fecha:</b>				
N°	Acciones a evaluar	Registro de Cumplimiento				Observaciones
		4	3	2	1	
<b>1</b>	Dan seguimiento a la competencia					
<b>2</b>	Aplican técnicas de ventas					
<b>3</b>	Tiene poder de negociación con los clientes					
<b>4</b>	Establecen los precios de los productos en base a un estudio previo					
<b>5</b>	Ejercen control en las entradas y salidas de sus productos					
<b>6</b>	Indagan sobre las necesidades de los clientes					
<b>7</b>	Llevan un control sobre el volumen de sus ventas					
<b>8</b>	Aplican estrategias de mercadotecnia					

### Escala de cumplimiento

**4 Siempre**                      **3 Muchas veces**                      **2 de vez en cuando**                      **1 nunca**

“A.M.A.D.O.M.”. Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas de la Comuna Dos Mangas		<b>Asunto:</b>	Elaboración de un Plan Estratégico			<b>ÁREA:</b> PRODUCTIVA
		<b>Fecha:</b>				
N°	Accionar a evaluar	Registro de Cumplimiento				Observaciones
		4	3	2	1	
<b>1</b>	Producen de acuerdo a una respectiva planificación					
<b>2</b>	Buscan mejoras en la calidad del producto					
<b>3</b>	Cuentan con maquinaria adecuada para una producción eficaz					
<b>4</b>	Disponen de materia prima suficiente					
<b>5</b>	La producción es oportuna para la comercialización					
<b>6</b>	Utilizan equipos de protección industrial					

**Anexo N° 3 GUIÓN DE ENTREVISTA**

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

*FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS*

*CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*

**GUIÓN DE ENTREVISTA**

**Entrevista N°** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_ **Hora:** \_\_\_\_\_

**Lugar:** \_\_\_\_\_

**Función que desempeña** \_\_\_\_\_

**Objetivo.-** Obtener información oportuna sobre la aplicación de un Plan estratégico en la Asociación de Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M” de la Comuna Dos Mangas, mediante opiniones que determinen la ejecución de la propuesta de tesis.

1. ¿Cree usted, que la manera en que la Asociación de Mujeres ha sido administrada es la más adecuada?

<b>Alternativa</b>	
Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Poco de acuerdo	
En Desacuerdo	

Porque \_\_\_\_\_

2. ¿De qué manera piensa Ud. que le ha venido afectando a la Asociación de Mujeres la falta de conocimiento en los negocios para comercializar sus productos?

<b>Alternativa</b>	
BASTANTE	
MUY POCO	
POCO	
NADA	

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. ¿Dispone la Asociación de Mujeres de Dos Mangas con filosofía, misión y visión, que direccionen sus actividades hacia un mismo fin?

Si

--

No

--

Porque \_\_\_\_\_

---

4. ¿Cree usted que la Asociación de Mujeres regularmente cumple con los objetivos que se plantea?

Alternativa	
Siempre	
casi siempre	
a veces	
Nunca	

Porque \_\_\_\_\_

---

5. ¿Qué opina usted sobre crear valores y políticas institucionales que le permitan a la Asociación tener una cultura organizacional?

Alternativa	
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
No estoy de acuerdo	
Desacuerdo	

\_\_\_\_\_

---

6. ¿Conoce usted que les hayan brindado ayuda a la Asociación de Mujeres para gestionar sus actividades?

Alternativa	
Totalmente	
Parcialmente	
Desconocimiento total	

7. ¿Tiene usted conocimientos sobre proyectos que se hayan vinculado con el progreso y desarrollo de la Asociación?

Alternativa	
Totalmente	
Parcialmente	
Desconocimiento total	

8. ¿Aplica estrategias de ventas para comercializar sus productos La Asociación AMADOM?

Alternativa	
Siempre	
Casi siempre	
A Veces	
Nunca	

Porque \_\_\_\_\_

9. ¿Cuenta La asociación de Mujeres de Dos mangas con alguna planificación para mejorar la calidad y presentación del producto?

Alternativa	
Siempre	
Casi siempre	
A Veces	
Nunca	

Porque \_\_\_\_\_

10. ¿Qué beneficios cree Ud. que habría en la comunidad, si dentro del plan estratégico se considerarían estrategias que involucren el turismo y las artesanías de la Comuna Dos Mangas?

Alternativa	
Mayor reconocimiento en el mercado	
Mas fuentes de trabajo	
Aumento de producción y comercialización	
Futuras exportaciones	

**Duración de la Entrevista:** \_\_\_\_\_

## Anexo N° 4 CUESTIONARIO

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CUESTIONARIO**

**Objetivo.-** Obtener información oportuna para la elaboración de un Plan estratégico en la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas “A.M.A.D.O.M.” de la Comuna Dos Mangas, mediante respuestas que determinen la ejecución de la propuesta de tesis.

1. ¿Cree usted que la eficiencia de las actividades de la Asociación depende de una correcta Planificación Estratégica?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

2. ¿Cree usted que la manera en que la asociación AMADOM administra sus actividades aplica una comunicación efectiva tanto interna como externa?.

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

3. ¿Con qué secuencia se reúnen los miembros de la junta directiva AMADOM para diagnosticar, controlar y dar seguimiento al proceso productivo y de comercialización de la Asociación?

Alternativa	
Frecuentemente	
Casi siempre	
A veces	
Nunca	

4. ¿Considera usted que la creación de la misión, visión y objetivos permitirá a la Asociación establecer estrategias y procesos operativos hacia un fin visionario?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

5. Cree usted que crear valores y políticas dentro de la asociación fomentará una cultura organización que regule la jerarquía e incentive el trabajo artesanal?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

6. ¿Cree usted que la elaboración de un plan estratégico ayudaría a solventar de manera oportuna las situaciones imprevistas que presente la Asociación AMADOM?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

7. ¿Dispone la asociación de dos Mangas con los recursos técnicos necesarios para ejecutar el proceso de producción de una manera rápida y segura?

<b>Alternativa</b>	
Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Nunca	
<b>Total</b>	

8. ¿Qué tipos de productos tienen la mayor acogida comercial en el mercado local?

<b>Alternativa</b>	
Sombreros	
Carteas y bolsos	
Utilería de cocina	
Tapetes	
Canastas	

9. ¿Se establecen bajo un previo estudio los precios con los que se comercializa los productos de paja toquilla en el mercado?

<b>Alternativa</b>	
Siempre	
Casi siempre	
A veces	
Nunca	

10. ¿Cree usted que la Asociación AMADOM aplica estrategias de ventas para comercializar los productos?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

11. ¿Cree usted que al programar capacitaciones en el área comercial para las artesanas dentro del plan estratégico mejoraría el nivel de ventas?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

12. ¿Una correcta planificación estratégica permitirá a la asociación detectar y disminuir riesgos en sus actividades productivas y comerciales?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

13. ¿Piensa usted que la implementación de un plan estratégico les permitirá obtener ventajas competitivas en el mercado?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

14. ¿Considera usted que son elementales los proyectos que pueda emprender la asociación en beneficio de la comunidad?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

15. ¿Sería un aporte significativo la aplicación de un plan estratégico que vincule las actividades de la comuna en general para su reconocimiento en el mercado?

Totalmente en desacuerdo	Estoy en desacuerdo	No estoy ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

**Anexo N° 5** Proceso de secado y tinturado de la paja toquilla



Anexo N° 6 Carteras hechas en Paja Toquilla con adornos de Tagua



Anexo N° 7 Sombrero y gorras hechos en paja toquilla







Anexo N° 8 Diademas hechas en paja toquilla



Anexo N° 9 Variedad de productos hechos en paja toquilla



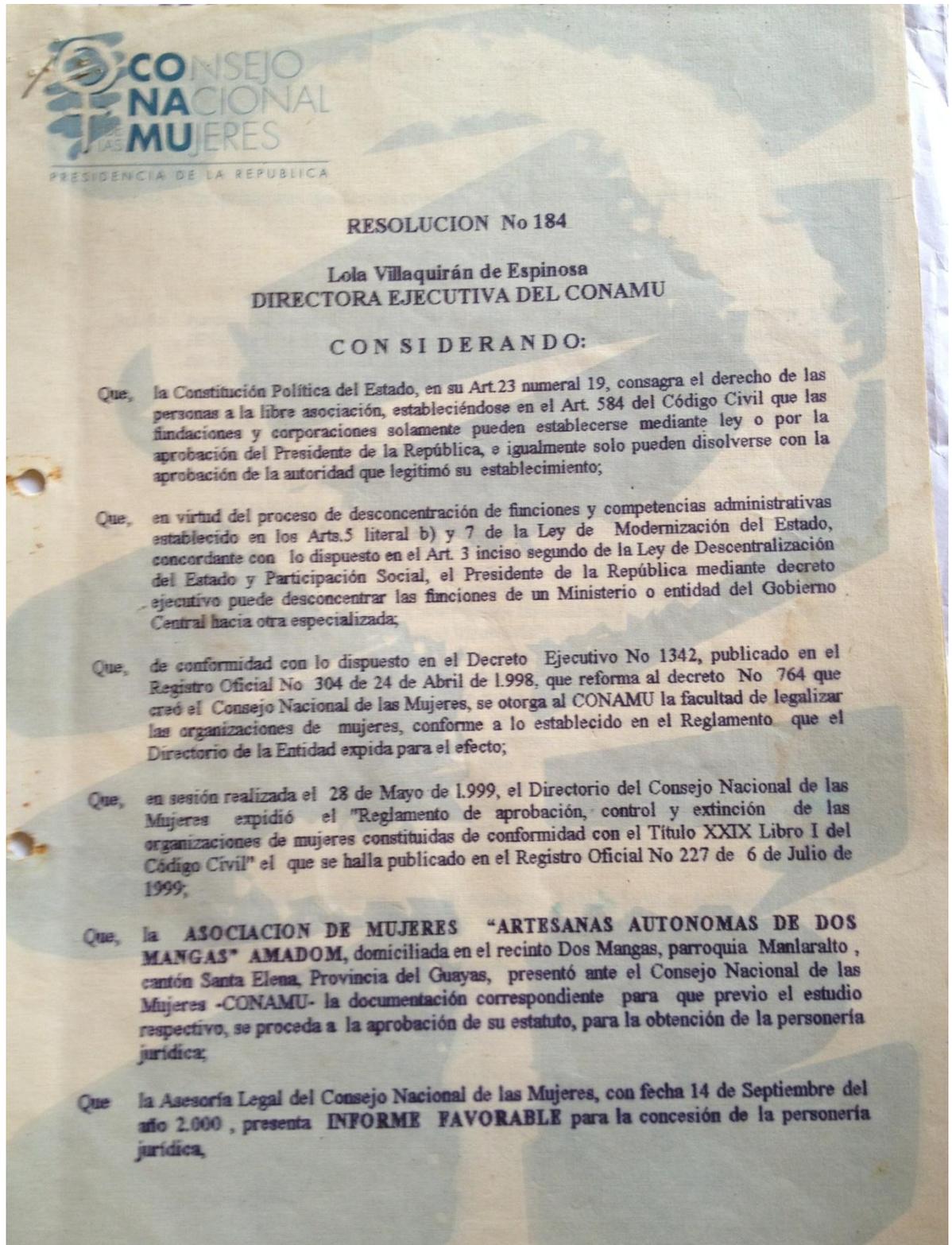
**Anexo N° 10** Parte frontal de la asociacion de artesanas A.M.A.D.O.M.



**Anexo N° 11** Reuniones con la presidenta de la asociación.



Anexo N° 12 Estatutos de La asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas  
A.M.A.D.O.M.



En uso de las atribuciones que le confiere el Art. 7 del Decreto Ejecutivo No 1342,

**RESUELVE:**

**Art. 1.-** Aprobar el estatuto y conceder la personería jurídica a la **ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS.-AMADOM**. domiciliada en el reicento Dos Mangas, parroquia Manglaralto, cantón Santa Elena, provincia del Guayas, **CON LAS SIGUIENTES MODIFICACIONES:**

- 1.- En el **Art. 4**, practíquense los siguientes cambios: sustitúyase el literal e), por el siguiente: **"e) Fomentar la elaboración y comercialización de objetos artesanales elaborados por las socias y sus familiares"**.- Hágase constar el literal f) que dirá: **"f) Promover apoyos financieros nacionales e internacionales, públicos o privados, para ejecutar programas de desarrollo en beneficio de la comunidad"**; a continuación del literal i), añádase el siguiente: **i) Conocer y difundir las leyes y los derechos que favorecen a las mujeres, entre las socias y la comunidad, así como vigilar por su aplicación y cumplimiento por parte de las autoridades de la comunidad.**
- 2.- En el **Art. 7**, tercera línea, sustitúyanse las palabras: **"por la Asamblea General"**, y en su lugar póngase **"por el Directorio"**;
- 3.- En el **Art. 8**, primera línea, suprimase las palabras: **"o jurídicas"**;
- 4.- El **Art. 17** sustitúyase por el siguiente: **"La sanción de expulsión de una socia, puede ser impuesta por el Directorio, en los siguientes casos: a) cuando hubiere cometido actos dolosos en contra de los bienes y fondos de la Asociación"**, los demás literales subsisten;
- 5.- En el **Art. 18**, el primer párrafo debe decir: **"Para que la expulsión se haga efectiva, previamente se deberá formar un expediente..."**;
- 6.- En el **Art. 19**, segunda línea, sustitúyanse las palabras: **"ratifique o rectifique"**, por las siguientes: **"confirme o levante"**;
- 7.- En el **Art.23** segunda línea, sustitúyase la palabra **"dos meses"**, por **"seis meses"**;
- 8.- El **Art. 25** sustitúyase por el siguiente: **"Art. 25.- La Asamblea General Ordinaria o Extraordinaria se conformará con el quórum de más del cincuenta por ciento de las socias activas y en goce de sus derechos. Si transcurrida una hora de la señalada, no se cuenta con el quórum requerido, se instalará la Asamblea, siempre y cuando éste particular conste en la Convocatoria. Las resoluciones de la Asamblea son obligatorias a todas las socias."**

- 9.- En el Art. 26, háganse los siguientes cambios: literal d) sustitúyase por: d) **Fijar y aprobar las cuotas ordinarias y extraordinarias que deben aportar las socias**; en el literal e), póngase: **Conocer y aprobar proyectos de regormas.....**; **suprimase el literal f)**;
- 10.- En el Art. 31, agréguese un literal que diga: **"i) Autorizar con su firma y la de la Tesorera los cheques y los egresos en general"**;
- 11.- En el Art. 34, agregar otro literal que diga: **h) Autorizar con su firma y la de la Presidenta los cheques y todo egreso económico"**;
- 12.- **Suprimase el Art. 39, porque el 40 contiene la misma indicación;**
- 13.- En el Art. 44, literal c), sustitúyase el numero "5" por el de "8";
- 14.- A continuación del Art. 44, añádanse los siguientes:  
**"Art. 45.-" Las Directivas de la Organización no podrán estar conformadas por parientes entre sí, hasta el tercer grado de consanguinidad y tercero de afinidad"**;  
**"Art. 46.- La Asociación, observará en todas las actividades, las disposiciones del Código Tributario, poniendo a disposición del Ministerio de Finanzas la información suficiente, de manera especial la relacionada a presunción tributaria por la administración del capital, aportes y donaciones."**

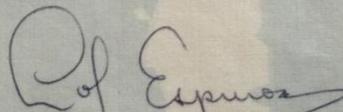
**Art.2.-** El Consejo Nacional de las Mujeres – CONAMU- velará por el cumplimiento de las disposiciones constantes en el Reglamento de aprobación, control y extinción de las organizaciones de mujeres.

**Art.3.-** Registrar a las socias fundadoras constantes en el expediente de la Organización.

**Art.4.-** Disponer que dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de emisión de la presente Resolución, la ASOCIACION DE MUJERES "ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS - AMADOM" registre la directiva definitiva en la Asesoría Legal del CONAMU, debiendo proceder en igual forma con las directivas que se elijan en lo posterior, conforme a sus estatutos.

**Art. 5.-** Reconocer a la Asamblea General de socias como la máxima autoridad y organismo para resolver los problemas internos de la ASOCIACION DE MUJERES "ARETSANAS AUOTNOMAS DE DOS MANGAS -AMADOM".

Dado en Quito, a dieciocho de Septiembre del año dos mil.



Lola Villaquirán de Espinosa  
**DIRECTORA EJECUTIVA DEL CONAMU**



## Anexo N° 13 Nombramiento de la Junta Directiva.



### COORDINACIÓN ZONAL 8 Asesoría Jurídica

Guayaquil, 15 de septiembre de 2011

Señora.-  
NANCY GELACIA ASENCIO NEIRA  
**PRESIDENTA DE LA ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DOS MANGAS – A.M.A.D.O.M.**  
Santa Elena.-  
De mi consideración:

En atención al trámite No. 16788 de fecha 12 de septiembre de 2011, comunico a usted que la documentación entregada ha sido debidamente examinada e incorporada al expediente de la Organización que reposa en esta Coordinación Zonal 8 y de conformidad con el Art. 9 del Reglamento para la Aprobación de Estatutos, Reformas y Codificaciones, Liquidaciones y Disolución y Registro de Socios y Directivas de las Organizaciones Previstas en el Código Civil y en las Leyes Especiales, según consta en el Decreto Ejecutivo No. 3054, publicado en el R.O. No. 660 del 11 de septiembre del 2002, reformado por el Decreto Ejecutivo No. 610 y publicado en el R.O. No. 171 del 17 de septiembre del 2007 y por el Decreto Ejecutivo No. 982 del 25 de marzo del 2008, publicado en el R.O. No. 311 de fecha 08 de abril del 2008 y modificado en parte mediante Decreto Ejecutivo No. 1389 del 14 de octubre del 2008; se ha procedido a tomar nota, con fines estadísticos, de la Resolución de Asamblea General de socios, realizada el 16 de diciembre de 2010, en la que se ha elegido la Directiva correspondiente al período 2010 - 2012 y que regirá hasta el 16 de diciembre de 2012.

PRESIDENTA	NANCY GELACIA ASENCIO NEIRA
VICEPRESIDENTA	ANA MARIA LAINEZ MERCHAN
SECRETARIA	LUCINDA MARILU GUALE BAQUE
TESORERA	ELICIA MARILIN GONZALEZ MEREJILDO
VOCALES PRINCIPALES	VOCALES SUPLENTE
PASCUALA GONZALEZ SEVERINO	CRUZ ALEJANDRO APOLINARIO
MELIDA GONZALEZ GONZALEZ	FANNY GONZALEZ MALDONADO
YESENIA GUALE GONZALEZ	ELVIA SUAREZ ZAMBRANO

Para que los socios puedan participar de las Asambleas Generales, sesiones o procesos eleccionarios deben encontrarse registrados en la Coordinación Zonal 8 del MIES.

Las Organizaciones tienen la obligación de registrarse en el Sistema de Registro Único de Organizaciones de la Sociedad Civil –SRUOSC-, para lo cual deben ingresar al Portal [www.sociedadcivil.gov.ec](http://www.sociedadcivil.gov.ec)

Por los antecedentes expuestos, la solicitud ha sido aprobada por esta Coordinación Zonal 8, por encontrarse en Derecho. La veracidad de los documentos presentados es de exclusiva responsabilidad de los peticionarios y de existir alguna oposición debidamente fundamentada sobre los registros de la presente directiva, deberá ser resuelta de conformidad con las disposiciones estatutarias y en caso de persistir se someterá a la Ley de Arbitraje y Mediación, publicada en el Registro Oficial No. 145 de septiembre 4 de 1997, cuya acta será entregada a esta Coordinación Zonal 8 para el Registro Estadístico respectivo, sin perjuicio de que se pueda acudir ante los Jueces Ordinarios.

**Libro No. 004 Folio No. 0430 Registro No. 1012**

Atentamente,  
DIOS, PATRIA Y LIBERTAD

AB. CARMEN CORDOVA TORRES  
**RESPONSABLE DE ASESORIA JURIDICA**  
Registro en base a Informe No. 0868

JUNTOS POR EL BUEN VIVIR

Guayaquil, av. de Orellana, Edif. Gobierno del Litoral 2° Piso. [www.mies.gob.ec](http://www.mies.gob.ec). 3800-200-ext. 2238

## ADENDUM AL NOMBRAMIENTO No- 1012

Ab. Luz Marina Sánchez Aguirre  
**RESPONSABLE DE GESTION JURIDICA Y ASESORIA LEGAL**

### CONSIDERANDO

Que en la transcripción del Nombramiento que corresponde al **Libro No- 004 - Folio No- 0430 – Registro No. 1012** de fecha 15 de septiembre del 2011, se ha deslizado un error involuntario exactamente la de la palabra “ **DE** ”, en el nombre de la Asociación esto es “Asociación De Mujeres Artesanas Autónomas dos Mangas” AMADOM ; la misma que debe decir **Asociación De Mujeres Artesanas Autónomas de Dos Mangas “AMADOM”**, de acuerdo al Acta Constitutiva, Estatutos, y Acuerdo Ministerial en consecuencia de conformidad al Art. 98 del Estatuto de Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, se deja constancia de la rectificación para los fines legales pertinentes, el aumento de la palabra “DE” en el nombramiento.

Dado en la ciudad de Salinas, Provincia de Santa Elena, a los 18 días del mes de junio del año dos mil doce.

  
**GESTIÓN JURÍDICA Y ASESORIA LEGAL**  
Adendum en base a Informe No- 868 del Ab. AOL  
Elaborado por Ab. Luz Marina Sánchez Aguirre

# ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS "AMADOM"

Fundada el 4 de Junio del 2000  
Acuerdo Ministerial No. 184 CONAMU  
Dos Mangas - Manglaralto - Santa Elena

## CAPITULO I

### CONSTITUCION Y DOMICILIO.

**Art.1.-** Mediante el presente Estatuto constituyese la **ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS - A.M.A.D.O.M.**, con domicilio en el Recinto Dos Mangas del Cantón Santa Elena, Provincia del Guayas.

**Art. 2.-** La **ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS - A.M.A.D.O.M.**, es una entidad de derecho privado regulado por las disposiciones del Título XXX del Libro Primero del Código Civil, el Estatuto, Reglamentos Internos y demás resoluciones de la Asamblea General de Socias.

**Art. 3.-** La **ASOCIACION DE MUJERES AUTONOMAS DE DOS MANGAS - A.M.A.D.O.M.**, tendrá un duración indefinida y un numero de socias ilimitadas, pero podrá disolverse de acuerdo a este Estatuto y La Ley.

## CAPITULO II

### DE LOS OBJETIVOS DE LA INSTITUCION

**Art. 4.** La **ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS - A.M.A.D.O.M.** tendrá los siguientes objetivos.

- a. La elaboración, promoción y ejecución de proyectos que propendan al mejoramiento social de las familias de las socias.
- b. Mejorar la calidad de vida de las socias y de los habitantes de Dos Mangas con acciones de servicio social.
- c. Promover la capacitación de todas las socias y sus afiliadas.



MINISTERIO DE INCLUSIÓN  
ECONÓMICA Y SOCIAL

CERTIFICO: que el presente documento es  
fidel copia del original

CONSEJO NACIONAL DE LAS MUJERES  
Presidencia de la República  
**ASESORIA LEGAL**

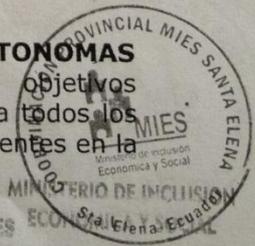
*Bonafide Suarez Rivas*  
9/1/08.

# ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS "AMADOM"

Fundada el 4 de Junio del 2000  
Acuerdo Ministerial No. 184 CONAMU  
Dos Mangas - Manglaralto - Santa Elena

- d. Promover y auspiciar simposiun y conferencias, exposiciones de las Artesanías elaboradas por las socias.
- e. Fomentar la elaboración y comercialización de objetos artesanales elaborados por las socias y sus familiares.
- f. Promover apoyos financieros nacionales e internacionales, públicos y privados para ejecutar programas de desarrollo en beneficio de la comunidad.
- g. Adquirir, enajenar o disponer de los bienes muebles darlos o tomarlos en arrendamiento o en comodato, Anticresis, Usufructo y Gravar.
- g. Adquirir, enajenar o disponer de bienes muebles darlos o tomarlos en arrendamiento o en Comodato, Anticresis, Usufructo y Gravar sus Bienes
- h. Adquirir y disponer de equipos técnicos y materiales didácticos y toda clase de bienes muebles.
- i. Realizar en general, todas aquellas actividades necesarias para la consecución de su fin, efectuar todos los actos y otorgar todos los contratos.
- j. Conocer y difundir las leyes y los derechos que favorecen a las mujeres, entre las socias y la comunidad, así como vigilar por su aplicación i cumplimiento por parte de las Autoridades de la comunidad.

**Art.- 5 La ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS - A.M.A.D.O.M.** para lograr los objetivos establecidos en el Art. 4 del presente Estatuto, se acogerá a todos los medios legales permitidos por la Constitución y más leyes vigentes en la Republica del Ecuador.



CONSEJO NACIONAL DE LAS MUJERES  
Presidencia de la Republica  
ASESORIA LEGAL

CERTIFICO que el presente documento es fiel copia del original

*[Handwritten signature]*

0074

**ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS  
AUTONOMAS DE DOS MANGAS  
"AMADOM"**

Fundada el 4 de Junio del 2000  
Acuerdo Ministerial No. 184 CONAMU  
Dos Mangas – Manglaralto - Santa Elena

**CAPITULO III**

**DE LAS SOCIAS.**

**Art.- 6 La ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS – A.M.A.D.O.M.,** tendrá dos tipos de socias.

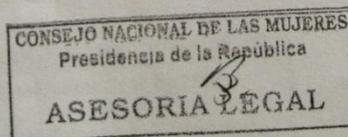
- a.- Socias Activas
- b.- Socias Honorarias.

**Art. 7. Son Socias Activas,** las personas mayores de 18 años que firmaron el Acta de Constitución de la **ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS – A.M.A.D.O.M.** y las que manifestaren por escrito su voluntad de pertenecer a la Asociación y fueron aceptadas por el Directorio de Socias, previo el requisitos establecidos en el Estatuto o Reglamento Interno.

**Art.- 8. Son Socias Honorarias** aquellas mujeres naturales que por su ayuda material o moral etc. hayan contribuido a la consecución de bienes para la **ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS – A.M.A.D.O.M.,** sean declaradas como tales por resolución de la Asamblea General de Socias. Estas socias únicamente tendrán voz pero no voto, ni tampoco podrán ocupar ningún cargo directivo en la Asociación.

**Art. 9. Para ser Socia de la ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS – A.M.A.D.O.M.,** se requiere:

- a.- Ser mayor de 18 años.
- b.- Coincidir con los objetivos de servicio social que persigue la Asociación.
- c.- Solicitar por escrito su afiliación.
- d.- Pagar la cuota de ingreso que señala la Asamblea General y demás disposiciones reglamentarias.



CERTIFICO que el presente documento es  
fiel copia del original



**ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS  
AUTONOMAS DE DOS MANGAS  
"AMADOM"**

Fundada el 4 de Junio del 2000  
Acuerdo Ministerial No. 184 CONAMU  
Dos Mangas - Manglaralto - Santa Elena

**Art. 10.** Son deberes de las Socias:

a. Asistir puntualmente a las Asambleas Generales sean estas Ordinarias o Extraordinarias

**Art. 11.** Son Derechos de las Socias Activas.

- a- Elegir y ser elegidos para el desempeño de cualquier cargo Directivo.
- b- Tener voz y voto en todas las deliberaciones y cumplir con lo que disponga la Asamblea General de Socias y la Directiva.
- c- Solicitar a los miembros de la Directiva cualquier información que estime conveniente sobre los asuntos relacionados con la marcha administrativa de la Asociación.
- d- Fiscalizar la gestión económica de la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas de Dos Mangas A.M.D.O.N. examinando libros y documentos, así como solicitar información al presidente o cualquier miembro del Directorio.
- e- Gozar de todos los beneficios que la entidad tenga a su favor
- f- Denunciar ante la Asamblea General o la Directiva hechos graves que atenten contra la buena marcha de la Asociación
- g- Las demás que contemple el Estatuto y Reglamento.

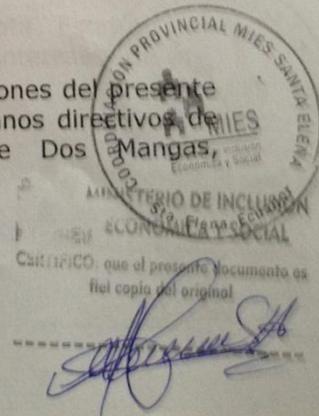
**Art. 12.** La calidad de socia se pierde por:

- a- Renuncia aceptada formalmente por la Asamblea General de Socias,
- b- Por expulsión
- c- Por fallecimiento
- d- Por desilusión de la Asociación de Mujeres Autónomas de Dos Mangas, A.M.A.D.O.M.

**CAPITULO IV**

**Art. 13** Las socias que incumplieran con las disposiciones del presente Estatuto, o de las resoluciones de los diferentes órganos directivos de la Asociación de Mujeres Artesanas Autónomas de Dos Mangas,

CONSEJO NACIONAL DE LAS MUJERES  
Presidencia de la Republica  
ASESORIA LEGAL





# ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS AUTONOMAS DE DOS MANGAS "AMADOM"

Fundada el 4 de Junio del 2000  
Acuerdo Ministerial No. 184 CONAMU  
Dos Mangas – Manglaralto - Santa Elena

A.M.A.D.O.M, se harán acreedores de acuerdo a la gravedad de la falta de las siguientes sanciones:

- a- Amonestación verbal
- b- Amonestación escrita;
- c- Multa;
- d- Suspensión:
- e- Y expulsión.

**Art. 14.** La amonestación verbal o escrita será privada o publica y su imposición corresponda al directorio cuya sanción se aplicara por incumplimiento de las Comisiones encomendada, por violaciones leves al Estatuto, Reglamento o cualquier otra falta que pudiera ser calificada leve.

**Art. 15.** Los socios serán multados cuando faltaren a dos sesiones consecutivas previamente convocadas por los respectivos directivos y no justifiquen su inasistencia.

**Art. 16.** Las socias serán suspendidas hasta por noventa días cuando hubiesen sido sancionados por multas y continuaran con sus irregularidades, por difamación en contra de la entidad, de sus socias y cuando estuvieren atrasados en el pago cuotas como máximo.

**Art. 17.** La sanción de expulsión de una socia puede ser impuesta por el Directorio, en los siguientes casos.

- a- Cuando hubiere cometido actos dolosos en contra de los bienes y fondos de la Asociación.
- b- Por reincidir en el cumplimiento del presente Estatuto y premeditación y alevosía en contra de los intereses de la Asociación.



MINISTERIO DE INCLUSIÓN  
ECONÓMICA Y SOCIAL

CERTIFICO: que el presente documento es  
fiel copia del original

CONSEJO NACIONAL DE LAS MUJERES  
Presidencia de la República  
ASESORIA LEGAL

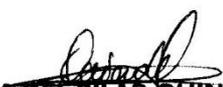
## **CERTIFICACIÓN**

**ANA DEL PILAR QUINDE MATEO**, Magister en Docencia Universitaria e Investigación Educativa. Con el registro de SENESCYT N° 1006-12-747645, por medio del presente tengo a bien **CERTIFICAR**: Que he revisado la redacción, estilo y ortografía de la tesis de grado elaborada por: **MARÍA LILIBETH PILLASAGUA LOOR**, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

TEMA DE TESIS: **“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES ARTESANAS AUTÓNOMAS A.M.A.D.O.M DE LA COMUNA DOS MANGAS, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2012-2016.”**

Trabajo de investigación que ha sido escrito de acuerdo a las normas ortográficas y de sintaxis vigentes.

La Libertad, 20 de noviembre de 2012

  
**LIC. ANA DEL PILAR QUINDE MATEO. Mg.**  
**C.I. 0913983680**

**NÚMERO DE REGISTRO: 1006-12-747645**  
**NÚMERO DE TELÉFONO: 0989949023 042934250**  
**CORREO ELECTRÓNICO: annitha20009@hotmail.com**

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Libros:**

- 1 BERNAL TORRES, Cesar Augusto; Metodología de la investigación para administración, economía; humanidades y ciencias sociales, México, Person Education, segunda edición 2006.
- 2 HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto; FERNANDEZ COLLADO Carlos; BAPTISTA LUCIO Pilar; Metodología de la Investigación; México, Cuarta edición 2006.
- 3 ÁVILA BARAY Héctor Luis, Introducción a la Metodología de la Investigación; México, 2006.
- 4 MSC. PAREDES GARCES, Wilson Gonzalo; Como desarrollar una tesis, edición 2010.
- 5 MÉNDEZ Carlos Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales, Bogotá, Limusa. 4ta edición, 2006
- 6 Metodología de investigación Editorial McGraw Hill, Bogotá, Colombia Científica (2005).
- 7 GANDOLFO GAHAN, Juan, Los 6 pasos del planteamiento estratégico, México 2005. Primera edición en Punto de Lectura (formato maxi): mayo de 2010.
- 8 HERNÁNDEZ MELÉNDEZ Enersis, Metodología de la Investigación; Cómo escribir una tesis; Escuela Nacional de Salud Pública, 2006

- 9 ÀLVAREZ TORRES Martin G, Manual de Planeación estratégica, Primera edición, México 2006.
- 10 HESSELBEIN Francés; GOLDSMITH Marshall; BECKHARD Richard, El Líder del Futuro, Ediciones Deusto., 2006
- 11 RIVAS Roque, NORTH Klaus, Gestión del conocimiento, una guía práctica para la empresa inteligente,2008
- 12 COSTA Joan, Estrategias de la complejidad, nuevos paradigmas para la dirección de la comunicación, 2009.
- 13 RODRÍGUEZ VALENCIA Joaquín, Como aplicar la Planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa, quinta edición 2005.
- 14 MEMBRANO MARTÍNEZ Joaquín, Metodologías avanzadas para la planificación y mejoras, 2007
- 15 PAZMIÑO, Cruzatti, Iván. Tiempo de investigar, investigación científica 1: cómo hacer una tesis de grado. Ecuador: EDITEKA Ediciones, 2008

#### **Proyectos consultados en internet**

- 16 Planes estratégicos y alineamientos de proyectos e iniciativas institucionales  
<http://www.dgii.gov.do/dgii/acercadgii/Documents/Plan%20EstrategicoyAlineamientoEstrategicodeIniciativas.pdf>
- 17 CHULUISA GARCÍA Víctor Hugo, RODRIGUEZ SATOS Mabel Ivonne; Tesis de grado; el sombrero de paja toquilla como atractivo cultural  
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4651/1/7172.pdf>

18 CAMISAZA Elena; Guerrero Miguel; DE DIOS Rubén; Metodología y plan estratégico de las organizaciones comunitarias.

[ww.cenoc.gov.ar/pcad\\_archivos/libro%20%20pcad.doc](http://ww.cenoc.gov.ar/pcad_archivos/libro%20%20pcad.doc)

19 Plan estratégico para mejorar la gestión en la Municipalidad Distrital de San Jacinto, Dr. Marco Antonio De Lama Castillo, Universidad Nacional de Trujillo Perú, 2009. <http://www.slideshare.net/mdelama/tesis-final-marco-delama>

20 [http://www.puce.edu.ec/sitios/plan\\_estrategico/](http://www.puce.edu.ec/sitios/plan_estrategico/)

**Páginas web:**

[http://www.degerencia.com/tema/estrategia\\_empresarial](http://www.degerencia.com/tema/estrategia_empresarial)

<http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Metodolog%C3%ADa-e-Investigacion/629597.html>

<http://es.scribd.com/doc/4872028/POBLACION-Y-MUESTRA>

<http://es.scribd.com/doc/7861294/Unidad-1-Censo-y-Muestreo>

[http://optimierung.mathematik.unikl.de/mamaeusch/veroeffentlichungen/ver\\_texte/sampling\\_es.pdf](http://optimierung.mathematik.unikl.de/mamaeusch/veroeffentlichungen/ver_texte/sampling_es.pdf)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Escalas\\_Likert](http://es.wikipedia.org/wiki/Escalas_Likert)

<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/planeacion.htm>

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4651/1/7172.pdf>

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3820/1/6347.pdf>

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05\\_n10/importancia.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v05_n10/importancia.htm)

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4651/1/7172.pdf>

<http://vhabril.wikispaces.com/file/view/T%C3%A9cnicas+e+Instrumentos+de+la+Investigaci%C3%B3n.pdf>

[http://www.fuden.es/FICHEROS\\_ADMINISTRADOR/F METODOLOGICA/F Metodologica\\_26.pdf](http://www.fuden.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/F Metodologica_26.pdf)

<http://deepistemologiaymetodologia.blogspot.com/2005/05/el-diseo-de-investigacin.html>

<http://dosmangas.ueuo.com/amadom.html>

[http://www.movimientoecuador.co.uk/TITULO\\_VII\\_-\\_REGIMEN\\_DEL\\_BUEN\\_VIVIR-t-81](http://www.movimientoecuador.co.uk/TITULO_VII_-_REGIMEN_DEL_BUEN_VIVIR-t-81)

**Audiencia:**

Sra. Nancy Laínez - Presidenta de “A.M.A.D.O.M.”

Sra. Helinda González Merejildo - Socia fundadora de “A.M.A.D.O.M.”