



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL.**

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS TÉCNICOS
ELECTRÓNICOS DE LA PARROQUIA
JOSÉ LUÍS TAMAYO CANTÓN
SALINAS PROVINCIA DE
SANTA ELENA,
AÑO 2013”.**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: GUALE GONZÁLEZ GALO WILMER

TUTOR: ECON. VLADIMIR SORIA FREIRE MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL.**

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS TÉCNICOS
ELECTRÓNICOS DE LA PARROQUIA
JOSÉ LUÍS TAMAYO CANTÓN
SALINAS PROVINCIA DE
SANTA ELENA,
AÑO 2013”.**

TESIS DE GRADO.

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: GUALE GONZÁLEZ GALO WILMER

TUTOR: ECON. VLADIMIR SORIA FREIRE MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Julio del 2013.

APROBACIÓN DEL TUTOR.

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación, “**PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS TÉCNICOS ELECTRÓNICOS DE LA PARROQUIA JOSÉ LUÍS TAMAYO CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA**”, elaborado por el Señor Guale González Galo Wilmer, egresado de la carrera de ingeniería en desarrollo empresarial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial; me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, apruebo este tema en todas sus partes.

Atentamente,

.....
Econ. Vladimir Soria Freire MSc.
TUTOR

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se los dedico, a Dios y a mis padres. A Dios porque es él quien nos presta la vida, y me ha permitido llegar hasta esta instancia brindándome salud y bienestar además de guía mi camino, llenarme de fuerza para poder continuar hacia los objetivos propuestos, a mis padres por apoyarme en todo momento, por su comprensión me han demostrado los deseos de sobresalir, por estar siempre inculcándome los valores correctos, por su motivación constante; me dieron ejemplos claros de perseverancia pero sobre todo por el amor que es indispensable en toda familia.

Galo.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por brindarme la vida y las ganas de sobresalir además de bendecirme y orientarme por el camino correcto de la felicidad. A los Técnicos Electrónicos de la Parroquia José Luís Tamayo porque en el desarrollo del presente trabajo me brindaron el apoyo e información necesaria para estructurar y finalizar el presente trabajo de tesis. A los docentes de la carrera a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias por su paciencia y enseñanza; finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual abrió sus puertas a jóvenes peninsulares preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

Galo.

TRIBUNAL DE GRADO.

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

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

Econ. Vladimir Soria Freire MSc
PROFESOR - TUTOR

Ing. Jessica Linzán Rodríguez MSc
PROFESOR DE ÁREA

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

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

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS TÉCNICOS ELECTRÓNICOS
DE LA PARROQUIA JOSÉ LUÍS TAMAYO CANTÓN SALINAS
PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

Autor: Galo Guale González.

Tutor: Econ. Vladimir Soria Freire MSc.

RESUMEN.

El presente trabajo de tesis es realizado en la Parroquia José Luís Tamayo Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena en base a un estudio profundo y análisis de argumentos valederos por partes de personas que se dedican a la reparación de equipos electrónicos, actividad que se realiza de una manera inapropiada por tal razón el presente estudio tiene como objetivo asociar a los técnicos electrónicos, de esta manera generar una colaboración mutua entre los técnicos electrónicos de la parroquia en mención, para resolver e identificar metas comunes; mejorando la calidad del servicio brindado, se aprovecharan las oportunidades de mercado al mismo tiempo que se mejora la administración en este tipo de actividad. Por medio de un diagnóstico de la situación actual de esta actividad se constató el nivel competitivo y el deseo de contribuir a su desarrollo empresarial, para ello hay que seguir un proceso para la formación de la asociatividad aplicando los procedimientos necesarios para agruparlos destacando el perfil de la persona líder a cargo que guiar al grupo en estudio. La asociatividad, está incluida en el plan académico de la asignatura, el mismo que se encuentra distribuido en la explicación de las clases. El proyecto de investigación comenzó con la recolección de información, partiendo de problemas particulares, llegando a los conocimientos generales, a fin de determinar la situación actual de los Técnicos Electrónicos, utilizando para ello varias técnicas de investigación como: encuestas, entrevistas, las mismas que fueron realizadas a los dueños de talleres, clientes y locales de comercialización de repuestos electrónicos, y del resultado se determinó que es conveniente la elaboración de un Plan de Asociatividad como herramienta importante en la gestión administrativa. En base a los resultados del diagnóstico se pretende desarrollar proyectos con la asociatividad, los mismos que están relacionados con reducción de costos, capacitación a los técnicos, compartir tecnología y conocimiento, mejorar la calidad de servicios y estrategias competitivas.

ÍNDICE GENERAL.

	Página.
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO.....	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
MARCO TEÓRICO	3
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.....	3
1.1.1. Antecedentes de Asociatividad.....	3
1.1.2. El Modelo de Michael Porter.....	6
1.1.3. El “Diamante” de la Competitividad Condiciones Básicas para la Formación de Clúster.....	6
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	8
1.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	8
1.2.1.1. Mecanismos de Cooperación.....	8
1.2.1.2. Conceptos de Asociatividad.....	9
1.2.1.3. Organización del Trabajo.....	10
1.2.1.4. Políticas Establecidas.....	15
1.2.1.4. Participación Voluntaria.....	16
1.2.1.5. Mantener sus Propios Ideales.....	17

1.2.1.6. Trabajo en Equipo Empresarial.....	18
1.2.1.7. Asociatividad como una Estrategia.....	19
1.2.1.8. Fines Específicos.....	20
1.2.1.9. Funcionamiento Adecuado.....	22
1.2.1.10. Cumplimiento de Metas.....	22
1.2.1.11. Mecanismo de Cooperación.....	23
1.2.1.12. ¿Cómo se logra la Asociatividad Empresarial?	24
1.2.1.13. Cuándo aplicar la Asociatividad Empresarial.....	24
1.2.1.14. Tipos de Asociatividad.....	25
1.2.1.15. Factores Determinantes en la Elección de la Modalidad y Tipo de Organización.....	26
1.2.1.16. Tipos de Acuerdos.....	26
1.2.1.17. Carácter de los Acuerdos.....	27
1.2.1.18. Importancia.....	27
1.2.1.19. Por qué muchas veces los Modelos Asociativos no funcionan.....	27
1.2.1.20. Restricciones de la Asociatividad.....	27
1.2.1.21. Perfil del Líder.....	28
1.2.1.22. Diagnósticos.....	28
1.2.1.23. Formalización.....	29
1.2.1.24. Proceso de Asociatividad.....	29
1.2.2. VARIABLE DEPENDIENTE.....	31
1.2.2.1. Calidad del Servicio.....	31
1.2.2.2. Concepto de Calidad de Servicio.....	33
1.2.2.3. Satisfacción a los clientes.....	34
1.2.2.4. Recursos de la Organización.....	35
1.2.2.5. Componentes del Servicio de Calidad.....	41
1.2.2.6. Atención.....	42
1.2.2.7. Organización.....	45
1.2.2.8. Características.....	48
1.2.2.9. Modelos de calidad.....	49
1.2.2.10. Gestión Participativa.....	55

1.2.2.11. Estrategias.....	56
1.2.2.12. Servicios.....	57
1.2.2.13. Convivencia.....	58
1.3. Marco legal.....	59
1.3.1. Constitución de la República del Ecuador.....	59
1.3.1. Ley de Economía Popular y Solidaria.....	59
1.3.1. Ley de Defensa del Artesano.....	61
1.3.1. Plan Nacional del buen vivir.....	61
1.3.1. Documentos a Presentar.....	62
1.3.1. Los Estatutos.....	63
1.3.1. Actas Constitutivas.....	65
1.3.1. Aprobación de estatutos.....	66
1.3.1. Formación de nuevas asociaciones.....	66
1.4. marco situacional.....	68

CAPÍTULO II	71
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	71
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	71
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	71
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	73
2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	76
2.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	77
2.5.1 Técnicas Documentales.....	78
2.5.2 Técnicas de Campo.....	78
2.5.3 Instrumentos.....	79
2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	80

CAPÍTULO III.....	86
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	86
3.1. Procedimiento de la investigación.	86
3.2. Análisis e interpretación de resultados.....	86
3.3. Análisis de las entrevistas.	88
3.4. Análisis de las encuestas.	93
3.5 HIPÓTESIS.....	99
3.5.1 Comprobación de Hipótesis Chi Cuadrada.....	99
3.5.2. Conclusiones.	107
3.5.3. Recomendaciones.....	108
CAPÍTULO IV.....	111
PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO TÉCNICO BRINDADO.	111
4.1. Descripción de la asociación.....	111
4.2. Introducción y zona geográfica del trabajo.....	111
4.3. Caracterizar las empresas.....	112
4.4. Identificar la vocación productiva.....	113
4.5. Autogestión para la organización.....	113
4.6. Sector beneficiado.....	114
4.7. Metodología.	115
4.8. Identificar y seleccionar el grupo de personas participantes.....	115
4.9. Sensibilizar las empresas de los beneficios ventajas y aportes de la conformación de redes empresariales.	117
4.10. Filosofía.	117
4.11. Misión.	118
4.12. Visión.....	118
4.13. Valores.	118
4.14. De los líderes de la asociatividad.....	119
4.15. Objetivos estratégicos.	121
4.16. Modelo sistemático.	121

4.17. Grupo objetivo.	122
4.18. Líneas de incubación.....	122
4.19. Estilo de liderazgo.....	122
4.20. Evaluación y seguimiento.	123
4.21. Capacitación.....	123
4.22. Organigrama.....	124
4.23. Estatutos.....	125
4.24. Nómina.....	138
4.24. Relaciones del trabajo.	139
4.25. Primera reunión de socialización	140
4.23. Presupuesto.	140
4.24. Conclusiones.	146
4.25. Recomendaciones.....	147
4.26. Bibliografía.	148
4.27. Anexos.	150
4.27. Glosario.....	178

ÍNDICE DE CUADROS

	Página.
CUADRO # 1 : Habitantes de la Provincia de Santa Elena.....	70
CUADRO # 2: Instrumentos.....	80
CUADRO # 3: Población.....	81
CUADRO # 4: Muestra.....	84
CUADRO # 5: Organización del Trabajo.....	88
CUADRO # 6: Responsabilidad.	89
CUADRO # 7: Aportación de los Participantes.....	90
CUADRO # 8: Participación Voluntaria.	91
CUADRO # 9: Trabajo en Equipo.	92
CUADRO # 10: Servicio Excelente.....	93
CUADRO # 11: Recursos.	94
CUADRO # 12: Calidad.	95
CUADRO # 13: Emprendimiento.....	96
CUADRO # 14: Control.	97
CUADRO # 15: Control.	98
CUADRO # 16: Organización del Trabajo.....	99
CUADRO # 17: Políticas Establecidas 99	99
CUADRO # 18: Independencia y Autonomía.	99
CUADRO # 19: Participación Voluntaria.....	100
CUADRO # 20: Esfuerzo Conjunto.....	100
CUADRO # 21: Resumen de la Variable Independiente.....	100
CUADRO # 22: Calidad.	101
CUADRO # 23: Recursos.	101
CUADRO # 24: Emprendimiento.....	101
CUADRO # 25: Servicio Excelente.....	101
CUADRO # 26: Garantía en los Trabajos.....	102
CUADRO # 27: Control 102	102

CUADRO # 28: Resumen de la Variable Dependiente	102
CUADRO # 29: Resumen de la Variable Independiente y Dependiente.....	102
CUADRO # 30: Cálculo Frecuencia Esperada	103
CUADRO # 31: Resumen de Resultados de Frecuencias Esperadas y Observadas	104
CUADRO # 32: Chi Cuadrada.....	104
CUADRO # 33: Nómina de Asistencia	138
CUADRO # 34: Presupuesto de Inversión de Activos Fijos.	141
CUADRO # 35: Presupuesto de Servicios Básicos.	141
CUADRO # 36: Presupuesto de Gastos de Personal.	142
CUADRO # 37: Presupuesto de Ingresos.	142
CUADRO # 38: Presupuesto de Materiales.....	143
CUADRO # 39: Presupuesto de Marketing.	143
CUADRO # 40: Presupuesto de Gastos de Administración.	144
CUADRO # 41: Presupuesto de Gastos de Ventas.....	144
CUADRO # 42: Estado de Resultados.....	145
CUADRO # 43: Estado de Resultado sin Asociatividad.	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página.
GRÁFICO # 1: Las cuatro fuentes.....	7
GRÁFICO # 2: Organización del Trabajo.	88
GRÁFICO # 3: Responsabilidad.....	89
GRÁFICO # 4: Aportación de los Participantes.....	90
GRÁFICO # 5: Participación Voluntaria.	91
GRÁFICO # 6: Trabajo en Equipo.	92
GRÁFICO # 7: Servicio Excelente.	93
GRÁFICO # 8: Recursos.	94
GRÁFICO # 9: Calidad.....	95
GRÁFICO # 10: Emprendimiento.	96
GRÁFICO # 11: Control.....	97
GRÁFICO # 12: Control.....	98
GRÁFICO # 13: Sr. Isidro González.....	115
GRÁFICO # 14: Sr. Edelberto Guale.	116
GRÁFICO # 15: Víctor de la Cruz.	116
GRÁFICO # 16: Modelo Sistemático.....	121
GRÁFICO # 17: Organigrama.	124

ÍNDICE DE ANEXOS

	Página
ANEXO # 1: Modelo de Encuesta.	150
ANEXO # 2: Modelo de Entrevista.	153
ANEXO # 3: Cartas de Aval para el desarrollo de Tesis de la Asociatividad de Técnicos electrónicos.	155
ANEXO # 4: Nomina de Socios que respaldan la propuesta de Asociatividad..	156
ANEXO # 5: Carta Aval de la Revisión y Aprobación del Gramatólogo.	157
ANEXO # 6: Actas Constitutiva de la Asociación de Técnicos electrónicos.....	158
ANEXO # 7: Ubicación de la Asociación de Técnicos Electrónicos	161
ANEXO # 8: Fotos de Reuniones entre los Integrantes de Talleres electrónicos	162
ANEXO # 9: Árbol de problemas	172
ANEXO # 10:: Objetivos de Investigación.....	173
ANEXO # 11: Plan de Acción.	175
ANEXO # 12: Foda.....	176
ANEXO # 13: Tabla de la Chi Cuadrada.....	177

INTRODUCCIÓN.

En la actualidad en el mercado peninsular ha evolucionado la necesidad de formular y diseñar estrategias de apoyo, principalmente para subsistir en el mercado; esto se logra por medio de la elaboración de un plan de asociatividad; es importante mencionar que el gobierno actual está impulsando el desarrollo de la Economía popular solidaria, y desea cumplir con los objetivos del buen vivir a través de la generación de empleo y disminuir los índices de pobreza por medio de capacitaciones sobre este tema, amparados en la Constitución de la República donde da prioridades a las instituciones que se han acogido a esta modalidad.

El obtener una mejora continua crea la necesidad de asociarse para que en conjunto se pueda alcanzar los niveles de desarrollo y liderazgo requeridos en un mercado netamente competitivo, ya que en los actuales momentos los técnicos afrontan desventajas que solos no serán capaces de superarlas entre las cuales se mencionan las siguientes: Falta de recursos financieros y humanos además de poco acceso al crédito por no estar legalmente constituidos como una entidad, sin olvidar el grado de desconfianza que existe cuando el usuario lleva su equipo a reparar ya que muchas personas han desprestigiado esta actividad por su manera de proceder. Los avances tecnológicos de la informática, las comunicaciones, el auge y crecimiento de la aplicación de calidad y servicio son de vital importancia, la mayoría de las instituciones empresariales deben obligatoriamente adaptarse a las nuevas exigencias.

El presente proyecto se enfoca en promover la formación e implementación de modelos asociativos para fomentar la generación de empleo y combatir la pobreza, ya que la modalidad asociativa bien estructurada y ejecutada conduce al mejoramiento de capacidades competitivas y a la consolidación de grupos empresariales capaces de generar éxitos constante en momentos de dificultad y de hacerle frente a los retos de la economía actual.

La metodología y los instrumentos de investigación que se utilizarán permitirán obtener resultados confiables y reales, acorde a las exigencias de la presente propuesta que en su etapa inicial analizará la información de un diagnóstico FODA con la finalidad de aprovechar las condiciones y factores de los talleres de electrónica.

En el presente trabajo se describe el sumario donde se presenta el desarrollo del trabajo de titulación que consta de cuatro capítulos: El primer capítulo corresponde al marco teórico, en la que detallan los fundamentos y técnicas a utilizarse en la presente investigación. El segundo capítulo comprende a la metodología a seguir para el desarrollo de la investigación, el tercer capítulo hace referencia al análisis e interpretación de resultados y finalmente el Cuarto capítulo consiste en la propuesta para los técnicos electrónicos de la parroquia José Luís Tamayo.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.

1.1.1. Antecedentes de Asociatividad.

La historia registra que el hombre necesitó asociarse de diferentes maneras desde la época primitiva para el beneficio de sus objetivos y lograr los medios de subsistencia de ese entonces, que eran principalmente la alimentación y la convivencia social, en tal sentido la asociatividad tiene sus orígenes desde el momento mismo que el hombre creó esta necesidad. Luego a lo largo del tiempo y de la especialización del conocimiento del pensamiento del hombre, la asociatividad se ha desarrollado enormemente, creando diferentes modelos sociales que permiten en la actualidad el buen funcionamiento, operacional y organizativo de los grupos que se unen para fines comunes. La asociatividad surge como mecanismo de apoyo en busca de alcanzar niveles de competitividad por parte de las pequeñas empresas, es importante reconocer que este sector genera grandes fuentes de trabajo por lo que los entes reguladores deben enfocar su esfuerzo para construir mecanismos asociativos.

Briones G. (2000) El marco teórico a niveles más específicos y concretos, comprende la ubicación del problema en una determinada situación histórico-social, sus relaciones con otros fenómenos, las relaciones de los resultados por alcanzar con otros ya logrados, como también definiciones de nuevos conceptos, redefiniciones de otros, clasificaciones, tipologías por usar, etcétera (Pág. # 171)

Frías (2000). La asociatividad “es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común”. (pág. # 5).

Chiriboga M. y Arellano J. (2004) Diagnostico de la comercialización agropecuaria en Ecuador implicaciones para la pequeña economía campesina editorial veco define. “En la asociatividad tampoco hay restricciones para la participación en cuanto al tipo de actividad que desempeñe la empresa participante. La asociatividad, es tanto una facultad social de los individuos, como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas”. (Pág. 72)

Los proyectos asociativos, tales como las cooperativas, los consorcios o los Joint ventures, son en general, formas de cooperar en función de un objetivo e interés común. Esto es opuesto a las estrategias depredadoras de los conglomerados que buscan destruir la competencia, absorberla o forzar fusiones, buscando así ocupar todos los espacios, excluyendo a los que no controlan. Una dialéctica perversa que les permite concentrar poder y compartir, en definitiva, el mercado entre muy pocos oferentes. Ese poder económico tiene vectores hacia la política, la academia y los consumidores.

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

Siendo este un tema relativamente nuevo, ha existido un uso muy permisivo de los términos cluster, cadena de valor y encadenamientos productivos, lo que ha contribuido a crear una confusión sobre el alcance de los mismos y su implicación para el alcance de la competitividad.

Pensamos que quizás se introdujeron estos conceptos y en particular el término “cluster” sin aclarar los pasos intermedios, factores y procesos que se requieren para llegar hasta este tipo de formaciones industriales.

Conviene hacer una aclaración de estos varios conceptos y las denominaciones que localmente se les ha atribuido.

Así por ejemplo, la existencia de una cadena de producción asimila a los diferentes participantes de la industria sin mayor interacción y niveles de asociatividad; a los encadenamientos productivos se los ha denominado también cadenas de valor, cuando ya existen ciertos niveles de asociatividad, aun cuando este concepto en la teoría Porteriana se aplica sólo al nivel de firma. Finalmente al concepto de clúster se lo conoce también bajo la denominación de cadenas de valor competitivas.

Al analizar la asociatividad en el Ecuador en función de los indicadores del Foro Económico Mundial, podemos decir que en los últimos 4 años, se lo ha ubicado para esta medición en el último puesto de la muestra. Esto nos da una idea al menos de la “percepción empresarial” en cuanto a los niveles de interacción y asociatividad de las firmas ecuatorianas.

Estas condiciones han creado un ambiente mucho más fértil para la asociatividad, y encontramos que comienzan a nacer experiencias interesantes al respecto de las cuales debemos ser partes como entes del cambio.

Rodezno R. (2000) Asociatividad Nuevas formas para emprender. También es refrendado el contexto con lo siguiente: “La asociatividad se produce cuando un empresario acompaña voluntariamente a otros para resolver situaciones comunes de toma de decisiones a fin de aumentar o mantener su posicionamiento en el mercado” (Pág. #20)

Poliak Raúl. (2001) Menciona: “Asociatividad es el alto grado de autonomía gerencial que mantienen los participantes después de adoptar la decisión. Por ejemplo, la manera de emplear los recursos o beneficios obtenidos a partir de la asociatividad es de la incumbencia exclusiva de cada empresa, la cual debe responder ante el resto de participantes por la cuota parte de los esfuerzos que le corresponde. (Pág. #152)

Perales. (2003) Resume la asociatividad como: “Una serie de coaliciones formales entre dos o más organizaciones a fin de llevar a cabo empresas en el corto plazo, originadas en relaciones oportunistas o permanentes que se desarrollan como una forma de asociatividad entre los participantes” (Pág. #19)

Rosales R. (2006) considera: “La Asociatividad como Estrategia de Fortalecimiento de las PYMES”, Revista SELA, menciona “una distinción adicional de la Asociatividad, es el carácter amplio de actividades de cooperación que puede abarcar. La asociatividad se puede establecer para múltiples propósitos desde el financiamiento hasta la investigación conjunta de determinado problema y, al mismo tiempo, abarcar las diferentes etapas de los procesos básicos de las empresas, a saber, diseño, manufactura, comercialización, servicio post-venta, entre otros” (pág. 80)

1.1.2. El Modelo de Michael Porter.

Este autor sostiene en su obra “la ventaja competitiva de las naciones” que la diversidad e intensidad de las relaciones funcionales entre empresas explican la formación de un complejo productivo y su grado de madurez. Estas relaciones se refieren a los cuatro puntos del diamante, es decir, de las relaciones de apoyo, con productores de insumos complementarios y con proveedores de insumos y factores especializados.

1.1.3. El “Diamante” de la Competitividad Condiciones Básicas para la Formación de Clúster.

El enfoque conceptual que aquí se expone, se destacan cuatro aspectos básicos en el clima de negocios que determinan las ventajas competitivas de las empresas.

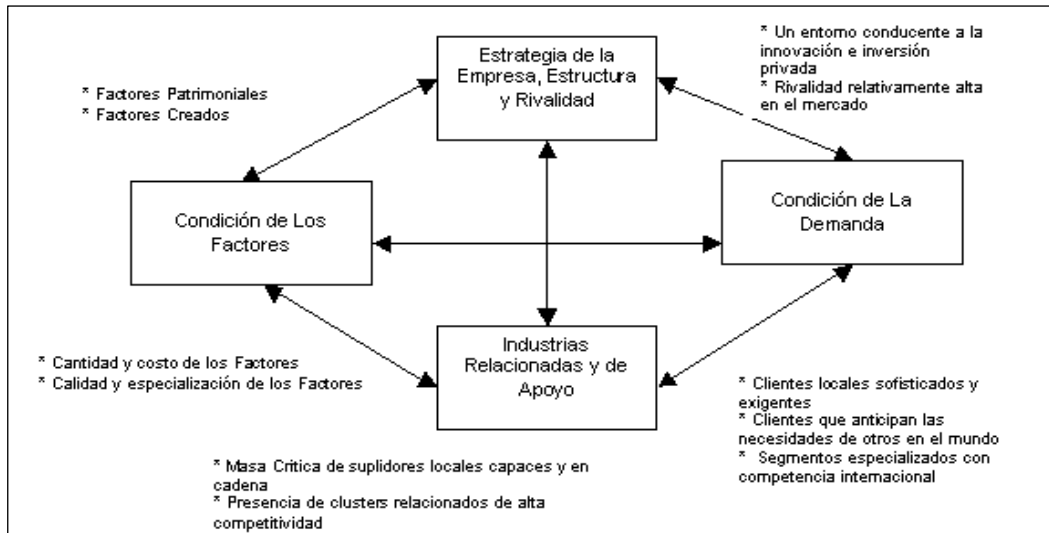
Al operar de forma simultánea en el tiempo y en el espacio, estos aspectos crean las condiciones para la formación y el desarrollo de los clusters en determinados lugares.

- ✓ Las condiciones de los factores.
- ✓ La estructura de la industria a la cual pertenecen las empresas, incluyendo el esquema de las rivalidades que tienen entre sí;
- ✓ Las condiciones de la demanda; y
- ✓ La situación de las industrias relacionadas y de apoyo.

Las cuatro fuentes.

GRÁFICO # 1

De ventaja competitiva para la ubicación (Diamante de la competitividad)



Fuente: Michael Porter

Elaborado por: Galo Guale

La forma como se manifiestan esas fuentes de competitividad y cómo interactúan entre sí, permite explicar cómo hacen las empresas para generar, mantener, o perder sus ventajas competitivas. Al poner la atención en estos aspectos, se está reconociendo que las empresas no existen en una especie de vacío social, sino que operan en entornos geográficos, económicos, sociales y culturales específicos, y que el análisis de sus estrategias de competitividad actuales o potenciales, debe considerar ciertas características esenciales de esos entornos, para que tenga un verdadero poder explicativo.

Es por ello que las categorías de análisis de las empresas individuales, como pueden ser las cuatro vías para el aumento de la productividad, no bastan para entender cómo fue que una empresa determinada desarrolló su competitividad.

Antes, es preciso analizar las condiciones de la competitividad que existen en el clima de negocios de la empresa, un clima de negocios que suele estar estructurado por complejas redes de relaciones entre empresas y organizaciones públicas y privadas.

Los cuatro aspectos que se destacan permiten encontrar y comprender los determinantes esenciales de la competitividad, dentro de la multiplicidad de relaciones, actores y causas que actúan en el clima de negocios.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

1.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

1.2.1.1. Mecanismos de Cooperación.

¿Qué es un mecanismo de cooperación?

Es el esfuerzo conjunto entre pequeñas y medianas empresas, o incluso para quienes no pertenezcan a ninguna red. En donde cada participante manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial decide voluntariamente participar para la búsqueda de un objetivo común.

¿Qué es una Asociación?

Es un grupo de personas que se unen de manera voluntaria y libre, para lograr sin ánimo de lucro, una finalidad de interés general o particular, aportando conocimientos, actividades o recursos económicos.

¿Qué es una Asociatividad?

Es una facultad social de los individuos, como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas. Siendo un poco más explícitos, es una forma eficiente de hacerle frente a los desafíos de una sociedad individualista y competitiva; en la actualidad la asociatividad es más que una estrategia es una razón de vida.

¿Qué es Plan?

Consistir en fijar un curso de acción preparatorio basado en principios de orientación, consecución de operaciones para realizarlos y las determinaciones de tiempo y cifras necesarias para su ejecución.

1.2.1.2. Conceptos de Asociatividad.

Según el Fondo de Iniciativas de Articulación Comercial – FIAC nos dice que es un “Enfoque que reconoce la importancia estratégica del trabajo conjunto articulado entre las empresas”

La real Academia Española nos da los siguientes conceptos relacionados al proceso de Asociatividad:

Asociar (del latín *associare*).

- Unir una persona a otra que colabore en el desempeño de algún trabajo, comisión o encargo.
- Juntar una cosa con otra para concurrir a un mismo fin.
- Relacionar.
- Juntarse, reunirse para algún fin.

Gremio: Grupo de personas o entidades con fines de representación de defensa y promoción de los intereses comunes de sus miembros, tipo de asociación económica de origen europeo, implantada también en las colonias que agrupaba a los artesanos en un mismo oficio.

Empresas: Sociedad de personas o entidades con fines exclusivamente económicos: comerciales, industriales y/o de servicios. Su único objetivo es generar y ahorrar dinero en pro de la capitalización.

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

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

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

1.2.1.3. Organización del Trabajo.

La organización es una función fundamental de la administración del trabajo, su objetivo es ayudar a las personas a trabajar en equipo y con eficiencia.

El trabajo.- Son las funciones que se deben cumplir de acuerdo con los planes establecidos, son la base de la organización. Las funciones se dividen luego en tareas claramente definidas y dan origen a que el trabajo sea dividido ya sea por su cantidad o por su grado de especialización.

El Personal.- El segundo elemento que se debe tener en cuenta, en la organización del trabajo lo constituye el personal encargado de realizar las diferentes funciones.

Cada persona tiene asignada una parte específica del trabajo total, es importante que las tareas asignadas puedan ser realizadas por el trabajador, es decir, que se adapten a su interés, a sus habilidades y experiencias.

El lugar de Trabajo.- Como tercer elemento de organización del trabajo está el lugar en donde este trabajo debe cumplirse, incluye los medios físicos, y el ambiente en general, el local, los materiales, los implementos, muebles, etc.

El ambiente o clima de trabajo lo constituyen las actitudes, el espíritu general de afectividad y de respeto, estos aspectos influyen decididamente en los resultados del trabajo.

En síntesis el trabajador necesita:

- ✓ Comprender exactamente las exigencias de sus tareas. Conocer la relación de su propio trabajo con el de los demás.
- ✓ Saber su situación de dependencia con sus jefes y la relación con las demás personas de su grupo de trabajo.
- ✓ Su lugar y los elementos de que dispondrá para cumplir sus obligaciones.

COMO ORGANIZAR EL TRABAJO.

Conocer objetivos.

Entendemos como objetivo el efecto que esperamos obtener como resultado de nuestras acciones, los objetivos son la razón de ser de un trabajo y es responsabilidad de los dueños o socios, quienes deben fijar los objetivos además de buscar la forma más conveniente para que se cumplan.

Es importante que los objetivos sean claramente definidos con el fin de que tanto los trabajadores como los jefes los interpreten correctamente, para que los objetivos se cumplan, deben indicar con claridad qué debe hacerse, cuándo debe estar hecho y en qué cantidad. Los objetivos deben ser adecuados, es decir no deben ser ni muy fáciles ni muy difíciles, en ambos casos son perjudiciales. Su importancia radica en que es el primer paso a seguir en un proyecto, la razón por la que se hace valido el esfuerzo constante de cada día.

División del trabajo.

La organización implica una división del trabajo, por lo tanto podemos decir que organizar es distribuir el trabajo de una manera racional.

- ✓ Cada persona tiene habilidades y capacidades diferentes.
- ✓ Una sola persona es incapaz de abarcar todos los conocimientos y técnicas que cada día son más complejos y extensos.

Al dividir el trabajo se hace necesario asignar responsabilidades y delegar autoridad, lo mismo que coordinar los elementos humanos, materiales y técnicos para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos, se deberá realizar actividades como selección de personal, entrenamiento y capacitación del mismo, la clasificación de los puestos de trabajo y sus niveles de remuneración, al mismo tiempo, hacer la evaluación del rendimiento y cumplimiento de las metas fijadas.

Asignar personal especializado.

Para garantizar los resultados no basta determinar las funciones y sus requerimientos a cada empleado, el éxito del trabajo depende de la capacidad y grado de participación del elemento humano. De nada sirve planear el trabajo con todas las técnicas si no se cuenta con personal suficientemente preparado o capacitado para realizarlo.

Delegación de autoridad.

Es la facultad o la autoridad que un jefe entrega a otro jefe subordinado para que este lo reemplace y pueda tomar decisiones sobre los problemas de su competencia. Consiste en ceder funciones de mando a otras personas de niveles subordinados, es una modalidad descentralizada de ejercicio de poder y es características de estilos de dirección democrático.

Comunicación.

La comunicación en las organizaciones juega un papel de gran importancia; sin embargo, al no ser efectiva y no contar con métodos eficientes se corre el riesgo de llegar a puntos críticos como: malos entendidos, notificación inadecuada de las prioridades, órdenes confusas o aplicación de criterios personales mal interpretados (yo pensé que... a mí me dijeron que...yo no sabía que...), todo esto genera un clima organizacional tenso y poco productivo.

Las personas comúnmente creen que comunicarse es tan fácil y natural como hablar y oír, cuando en realidad la comunicación es compleja y representa un reto manejarla eficientemente. Las estrategias de comunicación son la llave al éxito de una empresa estas dependen de sus componentes como son: emisor, mensaje y receptor.

Define los objetivos de comunicación.

Establece claramente el propósito de la comunicación así como quién será el receptor. Una empresa hace esto desarrollando una meta intencional, por ejemplo, escribiendo una visión o misión así todas las partes involucradas conocen el resultado esperado.

Los empleados y la administración podrán trabajar juntos para alcanzar el resultado deseado y trabajar consistentemente para ejecutar la visión de la compañía, los objetivos de comunicación deben tener tiempos límites ya que las empresas tienen que evolucionar constantemente, reevaluar estrategias y desarrollar nuevos objetivos que se adapten a los cambios. Los empleados y directivos son responsables de los objetivos y deben poder medir los resultados. Esto permitira direcciona la ejecucion de las estrategias comincativas, los mismos que ayudarán a la detección de aquellos puntos o etapas en las que habra que intervenir con mayor esfuerzo y dedicación para su aplicación.

Solicita críticas..

Una comunicación efectiva requiere de escuchar además de hablar, las empresas deben solicitar críticas de los empleados así como de los clientes para asegurar que los métodos utilizados son efectivos, bien recibidos, y que permiten un canal interactivo de comunicación.

Las críticas de los clientes ayudan a que puedan mostrarle a la compañía como mejorar sus productos o servicios, lo que sirve para mantener a los clientes y mejorar el balance de la empresa. Pueden hacerse encuestas e implementar un servicio de atención al cliente donde se puedan resolver problemas y quejas.

Ser conciso.

Una comunicación efectiva necesita ser directa y establecida de una manera concisa, clara y fácil de comprender. Ya sea en un correo electrónico, una carta, o cara a cara, la comunicación empresarial debe ser simple, se debe mantener el mensaje sucinto para ayudar a evitar malas interpretaciones y confusión por parte del empleado, cliente o vendedor.

Ser agradable.

Personalizar el mensaje a ser comunicado ayuda a construir la credibilidad de una compañía a los ojos del receptor intencionado. Hablar en el idioma del receptor muestra que la empresa es consciente de las necesidades del cliente o empleados y comunica que se ha tomado el tiempo para tratar de relacionarse en un nivel personal, lo que hace que el mensaje sea mejor recibido.

El contacto visual cuando se habla hace saber al oyente que hay un esfuerzo por parte del emisor para lograr una conexión. Se debe utilizar diversas formas de comunicación para transmitir el mensaje.

1.2.1.4. Políticas Establecidas.

Impulsar el desarrollo de la actividad bajo los valores institucionales en la búsqueda de ser pioneros en la reparación de equipos electrónicos, cumpliendo con las exigencias de los clientes y de las personas asociadas. Para que la asociatividad tenga éxito sus integrantes actúen con transparencias, ya que se debe cumplir con los procesos establecidos de forma eficaz y óptima, a continuación se detallan los siguientes:

- **Puntualidad:** Entregar los equipos en el tiempo establecido según el análisis de las posibles fallas.
- **Respeto:** Es un valor elemental y básico que nos induce a la armonía, aceptación e inclusión, ya que las relaciones interpersonales guían el buen desempeño del negocio.
- **Disciplina:** Mantener un buen orden en todas las áreas, comprometiendo a los integrantes de la asociación a trabajar de la forma correcta.
- **Actitud positiva:** La actitud positiva hace referencia al Espíritu Constructivo, al optimismo, a la creatividad y buena fe de las personas.
- **Lealtad:** Actuar con fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra institución.
- **Calidad:** El servicio debe tener una distinción única demostrando utilidad efectiva.
- **Confianza:** Para trabajar en conjunto y compartir recursos, experiencias o información con una perspectiva de largo plazo es importante la confianza entre los asociados.

Si ésta no existe previamente a la constitución de la estrategia, entonces se deberían promover cuidadosas y sostenidas acciones para generarla y consolidarla. En este sentido, no se debe olvidar que la confianza se construye principalmente a partir de las acciones cotidianas, en especial aquellas que permiten resolver o enfrentar situaciones adversas.

- **Transparencia:** Para trabajar asociativamente es importante también que todos los temas sean tratados abiertamente.

1.2.1.4. Participación Voluntaria.

Como instrumento de participación social se caracteriza por surgir del común acuerdo, en que un grupo humano en concordancia con las voluntades individuales que lo componen considera tener intereses similares y un mismo objetivo a realizar, formando así una asociación en particular. Se caracteriza por ser un principio de convivencia voluntaria e igualitaria con respecto al poder, la aportación de los participantes es un factor predominante ya que es la razón de ser de una asociación.

◆ Asociaciones Cooperativas.

Las asociaciones Cooperativas, son aquellas entidades que se crean por un grupo de personas no menor de quince, que tienen fines comunes en cualquier ramo de la economía. Las cuales también se entenderán por asociaciones las federaciones y confederaciones.

◆ Accionista.

Es el propietario legal de una o más acciones de capital social (o en acciones) de una compañía. Cuyo nombre está registrado en los libros de transferencia o endoso de la compañía.

◆ **Acción.**

Una de las partes iguales en que está dividida cada clase del capital social (o en acciones) de una Compañía.

◆ **Competitividad**

Rivalidad entre las empresas que desean obtener mayor ganancia en un mismo mercado.

◆ **Concesión.**

Acto de la administración pública por el cual se encomienda a un tercero, la organización y el funcionamiento de un servicio público, en forma temporal, para ese fin le otorga determinados poderes y atribuciones.

◆ **Estrategia.**

Es el arte de dirigir las operaciones de un negocio, coordinando todo tipo de acciones para lograr los objetivos que se plantean o requiere.

1.2.1.5. Mantener sus Propios Ideales.

- Se debe trabajar en disminuir la incertidumbre y las debilidades y conjugar capacidades específicas.
- Razones competitivas: reforzar posiciones en el mercado.
- Razones estratégicas: Conseguir nuevas posiciones estratégicas para el abastecimiento y/o la venta.
- Todos deben entender lo que se quiere lograr y como: Objetivos y acciones concretas para lograrlos.
- Se deben tener claros los roles de cada uno: Derechos y obligaciones.

- Se debe priorizar y coordinar acciones: Planificación y organización.
- Se debe garantizar la buena ejecución de las acciones: Seguimiento y retroalimentación.

1.2.1.6. Trabajo en Equipo Empresarial.

Trabajo en equipo es una de las condiciones de trabajo de tipo psicológico que más influye en los trabajadores de forma positiva porque permite que haya compañerismo.

Puede dar muy buenos resultados, ya que normalmente genera entusiasmo y produce satisfacción en las tareas recomendadas. Las empresas que fomentan entre los trabajadores un ambiente de armonía obtienen resultados beneficiosos, el compañerismo se logra cuando hay trabajo y amistad; en los equipos de trabajo, se elaboran unas reglas, que se deben respetar por todos los miembros del grupo, las mismas que son reglas de comportamiento establecidas por los miembros del equipo.

El trabajar en equipo resulta provechoso no solo para una persona sino para todo el equipo involucrado y generará más satisfacción y los hará más sociables, también enseñará a respetar las ideas de los demás y ayudar a los compañeros si es que necesitan ayuda.

Es un proceso que pretende la cooperación interempresarial (organizaciones - instituciones) con el objetivo de mejorar la gestión, la productividad y la competitividad en la época de la globalización. Su connotación es diferente a la tradicional concepción de las asociaciones empresariales, Asociacionismo según John Locke (1632-1704) cuyo objetivo principal es la representatividad ante el sector público y la defensa de intereses sectoriales, frente a políticas públicas. El asociacionismo es el paradigma que sirve de justificación teórica a las técnicas asociativas, basándose en el postulado defendido por estas corrientes ideológicas.

El trabajo en equipo es de tipo psicológico que influye en los trabajadores de forma positiva, es aquella que permite que haya compañerismo que a su vez genera buenos resultados a través del entusiasmo en las actividades desarrolladas. Las instituciones que fomenten entre los trabajadores un ambiente de armonía obtienen los objetivos esperados, sin olvidar que el compañerismo se logra cuando hay trabajo y amistad.

En los equipos de trabajo, se elaboran unas reglas, que se deben respetar por todos los miembros del grupo, estas reglas proporcionan a cada individuo una base para predecir el comportamiento de los demás y preparar una respuesta apropiada que incluyen los procedimientos empleados para interactuar con los demás. La función de las normas en un grupo es regular su situación como unidad organizada, así como las funciones de los miembros individuales.

La fuerza que integra al grupo y su cohesión se expresa en la solidaridad y el sentido de pertenencia al grupo que manifiestan sus componentes. Cuanto más cohesión existe, más probable es que el grupo comparta valores, actitudes y normas de conducta comunes.

El trabajar en equipo resulta provechoso no solo para una persona sino para todo el equipo involucrado, ya que nos traerá más satisfacción y nos hará más sociables, también nos enseñará a respetar las ideas de los demás y ayudar a los compañeros si es que necesitan nuestra ayuda.

1.2.1.7. Asociatividad como una Estrategia.

Surge como mecanismo de cooperación entre las empresas pequeñas y medianas que están enfrentando un proceso de globalización. La asociatividad, es tanto una facultad social de los individuos, como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas. Hoy en día se hace indispensable buscar alternativas de desarrollo y la más aplicada por sus beneficios en son las asociaciones por su trabajo y desarrollo colectivo.

La Asociatividad es una estrategia colectiva que se ha ido constituyendo en un requisito básico para la sobrevivencia de las pequeñas empresas optando por el desarrollo de ventajas competitivas. Otras estrategias colectivas necesarias para enfrentar un mercado netamente globalizado, como son las redes verticales y horizontales, los clusters, las cadenas productivas, las cooperativas y aún el Benchmarking, necesitan un grupo básico o personas idóneas dentro de una institución donde predomine una estrategia respectiva.

Según Burgelman (2002). La estrategia es una teoría de la relación causa-efecto entre el desempeño buscado y los factores que lo influyen. De acuerdo con esta definición, la estrategia indica qué es lo que la organización quiere lograr y los factores que influirán en que se consiga o no (pág. # 11).

La estrategia es un modelo coherente, unificador e integrador de decisiones que determina y revela el propósito de la organización en términos de objetivos a largo plazo, programas de acción, y prioridades en la asignación de recursos, su modo de actuar es ir seleccionando los negocios actuales o futuros de la organización, tratando de lograr una ventaja sostenible a largo plazo y respondiendo adecuadamente a las oportunidades y amenazas surgidas en el medio externo de la empresa, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la organización

1.2.1.8. Fines Específicos.

Objetivos de la Asociatividad.

Las empresas se asocian para lograr algún objetivo en común. Para esto, lo ideal es buscar socios que tengan valores, metas y negocios comunes y cuyas habilidades se complementen entre sí, de manera tal de que todos tengan algo para contribuir y de esta manera obtener algún beneficio, en función del objetivo que persigue el grupo, pueden generarse relaciones más o menos duraderas. En el caso de los técnicos electrónicos todos buscan un mismo fin que es de contribuir a satisfacer las necesidades de reparaciones de equipos electrónicos.

En el largo plazo, en algunos casos, la asociación puede concluir en la formación de una empresa con personalidad jurídica y patrimonio propio, pero en este caso, ya deja de ser un modelo asociativo.

A continuación se detallan los objetivos principales de una Asociatividad estratégica que son:

- ◆ Supervivencia y posterior crecimiento sustentable.
- ◆ Expandir mercados para amortizar gastos de investigación y desarrollo.
- ◆ Evitar el ingreso de competidores en las áreas dominadas por las empresas, y mejorar la rentabilidad de los sectores a partir de su etapa madura, dentro de lo posible.
- ◆ Evitar el sobre dimensionamiento de la oferta, ajustando en función de la conquista de nuevos mercados.

Ventajas de la Asociatividad.

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

- Incremento de la producción y productividad.
- Mayor poder de negociación.
- Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento.
- Se comparte riesgos y costos.
- Reducción de costos.
- Mejora de la calidad y diseño.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).
- Mejora la gestión del conocimiento técnico amparados en sistema de capacitación – productivo y comercial.

1.2.1.9. Funcionamiento Adecuado.

La asociatividad es un mecanismo de cooperación típico de las pequeñas empresas, las más grandes recurren a alianzas estratégicas que generalmente se concretan entre dos actores, y no existe, por lo tanto, el carácter colectivo de la asociatividad. Las características de los modelos asociativos son:

- ✓ Su incorporación es voluntaria: ninguna empresa es forzada a integrar un grupo, sino que lo hace cuando tiene la convicción de que puede generarle oportunidades de crecer y mejorar.
- ✓ No excluyen a ninguna empresa por el mercado en el cual operan: estos modelos son aplicables a cualquier tipo de empresa, sin importar a qué industria pertenecen. Según el tipo de asociatividad que se adopte, puede estar enfocado a un determinado rubro o incorporar socios de actividades diversas.
- ✓ Se mantiene la autonomía general de las empresas: no se trata de un Joint Venture en el cual las decisiones de cada participante están en función de las necesidades de las demás. En el caso de los grupos asociativos, cada empresa mantiene su autonomía, y decide qué hacer con los beneficios que obtiene del proyecto.
- ✓ Puede adoptar distintas modalidades, tanto organizacionales como jurídicas.

1.2.1.10. Cumplimiento de Metas.

BENEFICIOS.

En muchas regiones del país existen sectores productivos que presentan ciertas restricciones en las capacidades individuales (empresariales, tecnológicas y financieras), lo cual dificulta el desarrollo de un proceso sustentable de expansión productiva.

- ✓ Incremento de la capacidad de oferta exportable.
- ✓ Mayor poder de negociación.
- ✓ Se comparte riesgos y costos.
- ✓ Reducción de costos.
- ✓ Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).
- ✓ Refuerza el posicionamiento en el mercado.
- ✓ Mejora el acceso a tecnologías de productos y a financiamientos.
- ✓ Mejora de la calidad y diseño.
- ✓ Mejora la gestión del conocimiento técnico-productivo y comercial.

1.2.1.11. Mecanismo de Cooperación.

Es una alternativa de fortalecimiento para aprovechar las oportunidades en el mercado en que se desenvuelven las empresas dedicadas a los servicios técnicos, ya que es un mecanismo donde cada una de ellas mantiene su autonomía jurídica y gerencial, en busca de un objetivo común y grupal de cada uno de sus integrantes.

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

La asociatividad permite a través de la implementación de estrategias colectivas y de carácter voluntario, alcanzar niveles que fomente la aplicación de un excelente servicio, de esta manera se les puede hacer frente a los nuevos retos tecnológicos ya que cada día aparecen nuevos métodos de reparación y es indispensable estar netamente preparados para hacer frente a esos cambio de una forma organizada.

Como mecanismo de cooperación se busca el incremento de las oportunidades de crecimiento individual y colectivo. El modelo asociativo en general, sin dejar de lado la autonomía de las empresas participantes, posibilita el direccionamiento de la empresa, resolución de problemas comunes, tales como: reducción de costos, incorporación de tecnología, mejorar la posición en el mercado, capacitación de los recursos humanos, incremento de productividad, acceso a recursos físicos y materiales, desarrollo de economía a escalas, disponibilidad de información etc.

1.2.1.12. ¿Cómo se logra la Asociatividad Empresarial?

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

1.2.1.13. Cuándo aplicar la Asociatividad Empresarial.

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

1.2.1.14. Tipos de Asociatividad.

Redes de Cooperación.

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

Articulación Comercial.

Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario, bróker o gestor de negocios.

Alianza en Cadenas Productivas.

En base a acuerdos entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto o línea de productos (bienes o servicios). Implica división de trabajo en la que cada agente o conjunto de agentes realiza etapas distintas del proceso productivo.

Alianza en Clusters.

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

Un cluster significa un cambio radical en la cultura de negocios tradicional. Comienza por abrir la puerta a quienes tradicionalmente concebimos como nuestra competencia.

Joint Venture.

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

1.2.1.15. Factores Determinantes en la Elección de la Modalidad y Tipo de Organización.

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

1.2.1.16. Tipos de Acuerdos.

De Cooperación vertical.

Vincula a empresas que operan en industrias separadas que se encuentran verticalmente integradas en la misma cadena productiva, el objetivo es de complementación.

De Cooperación horizontal:

Entre empresas competidoras que operan en la misma actividad productiva, el objetivo es lograr economías de escala o reducir excesos de capacidad.

1.2.1.17. Carácter de los Acuerdos.

Existen dos tipos de carácter de los acuerdos:

Competitivo: Entre empresas competidoras directas.

Complementario: Empresas que no son competidores directas, generalmente relaciones entre una empresa y sus proveedores.

1.2.1.18. Importancia.

La Asociatividad es de gran importancia ya que nos ayuda a obtener mayores posibilidades de competir y producir a gran escala para que los costos disminuyan y obtener rentabilidad haciendo frente a un mundo globalizado, muchas veces el individuo no puede solicitar préstamos o crédito, puesto que no tiene una firma colateral, de ahí proviene la importancia de realizar el proceso de asociatividad.

1.2.1.19. Por qué muchas veces los Modelos Asociativos no funcionan.

Esta transformación en la forma de trabajar de las Pymes significa cambiar los comportamientos históricos de las mismas, las pautas de funcionamiento que están fuertemente arraigadas, poner en marcha un proceso de creación de nuevas capacidades competitivas. Todo esto no es fácil, requiere de una clara convicción en el proyecto y en su sentido estratégico.

1.2.1.20. Restricciones de la Asociatividad.

- ◆ La falta de una cultura de cooperación entre empresas, es decir que no existe entre los participantes una clara vocación de cooperación, sino más bien, un grado de desconfianza.
- ◆ La inexistencia de un entorno institucional que estimule y soporte a la existencia de mecanismos de cooperación.

- ◆ La confusión del término con otros tipos de estrategias individuales y colectivas, es decir que dentro del grupo no está definidas las reglas de la asociatividad, ni el tipo de cooperación que se propone.
- ◆ la falta de la difusión de las experiencias positivas, que sirvan como modelo a seguir por los grupos asociativos.
- ◆ La falta de un grupo de gerencia profesional que mantenga la cohesión entre los grupos asociativos y los ayude a lograr los objetivos propuestos por el grupo, de la manera más eficiente.
- ◆ Los intereses no están alineados, es decir, que no existen intereses o proyectos comunes dentro del grupo asociativos.
- ◆ No existe el suficiente clima de confianza y comunicación.

1.2.1.21. Perfil del Líder.

Es de vital importancia resaltar como factor de éxito, la correcta selección del perfil del líder de la asociatividad en mención, su visión y claridad en el esquema de trabajo permitirá realizar avances y conseguir resultados en beneficio de los técnicos electrónicos, entre algunas de las características sugeridas para el perfil del líder promotor de asociatividad están: las competencias en resolución de conflictos y trabajo en equipo, negociación, gestión y evaluación de proyectos, y conocimiento sectorial de experiencias asociativas. Un líder no acepta proyectos que no va a poder desarrollar, es el eje para hacer funcionar lo propuesto en base a su empeño y compromiso, es la persona seleccionada del grupo.

1.2.1.22. Diagnósticos.

Los diagnósticos son un elemento importante y útil dentro de un proyecto de asociatividad empresarial, pues permiten establecer la situación de las empresas y de un potencial conglomerado en aspectos como: nivel de compromiso de quienes pueden integrarse a proyecto asociativo, expectativas, intereses y necesidades de las empresas.

Desde la perspectiva de mercados objetivo: potencialidad de las empresas en materia productiva, nivel de estandarización de procesos, productos o servicios, grado de avance en materia asociativa, ambiente de confianza entre los integrantes de un grupo asociativo, grado de relacionamiento de una red empresarial con sus diversos grupos de interés.

A través del diagnóstico se pretende la identificación de intereses comunes, el diseño de un plan de trabajo colectivo, la gestión de una cartera de proyectos y la identificación de indicadores que permitan evaluar el avance de gestión del grupo asociado.

1.2.1.23. Formalización.

Una vez que se haya realizado el diagnóstico del grupo asociado inmediatamente se debe iniciar un trabajo conjunto, se hace necesario involucrar algunos elementos de formalización del grupo, con los que se establezcan reglas claras y se definan protocolos de rendimiento.

1.2.1.24. Proceso de Asociatividad.

Etapa de Gestación.

Durante este periodo se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas o integrantes, las ventajas de llevar adelante el proyecto. En otras palabras se refiere a todo proceso que va desde la detección de necesidades y oportunidades, hasta que el proyecto se inicie formalmente, pero como en toda gestación existe la fertilización inicial que son las oportunidades y la detección de necesidades, sin olvidar el análisis del entorno del mercado que es donde se va a desarrollar el proyecto para que pueda crecer según lo esperado.

Etapa de Estructuración.

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

Etapa De Madurez.

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

Etapa de Productividad o de Gestión.

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

Etapa de Declinación.

Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo beneficio del accionar del grupo es negativa, es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos. En esta etapa se debe analizar todos los puntos críticos de la administración y rendimiento del proyecto, analizar en que cual fue el error cometido para que cuando se inicie otro proceso no se los vuelva a cometer, es importante también analizar el papel del líder en la resolución de problemas de esta índole.

1.2.2. VARIABLE DEPENDIENTE.

1.2.2.1. Calidad del Servicio.

Es el aseguramiento de una atención eficiente, que busca satisfacer las necesidades o requerimientos del consumidor, para ello se tiene que conjugar una serie de variables entre estas la oportuna intervención del talento humano con el que cuenta la institución, además de los recursos económicos y tecnológicos; es indispensable actuar con actitud positiva y espíritu de servicio.

Servicio.

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente, un servicio se diferencia de un bien (físico o intangible) en que el primero se consume y se desgasta; es decir es un bien intangible, en otras palabras servicio es cualquier acto o desempeño que una parte puede ofrecer a otra y que es en esencia intangible y no da origen a la propiedad de algo.

Calidad.

La calidad es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie, la palabra calidad tiene múltiples significados, de forma básica se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.

- ✓ Debe cumplir sus objetivos.
- ✓ Debe servir para lo que se diseñó.
- ✓ Debe ser adecuado para el uso.
- ✓ Debe solucionar las necesidades.
- ✓ Debe Proporcionar resultados.

Características.

Intangibilidad: Los productos son intangibles a diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse.

Variabilidad: Puesto que los servicios dependen de quien los presta y de donde se prestan, son muy variables.

Imperdurabilidad: Los servicios no pueden almacenarse, el hecho que los servicios sean imperdurables no es un problema cuando la demanda es constante.

Subjetividad: Su precio es individual, el servicio se apoya principalmente en el trabajo humano, y la satisfacción que se puede ofrecer al consumidor, son valores subjetivamente por quien lo produce y por el mercado.

Consideraciones.

Confiabilidad del servicio: Niveles de fiabilidad, tranquilidad, disponibilidad, seguridad y empatía.

Organización: Armonía en estructuras, sistemas, símbolos, valores, personas, competencias, asignación de responsabilidades y recursos.

Tecnología: Automatización y control aplicado a materiales, métodos e información, para mejorar los servicios prestados.

Fiabilidad: Habilidad para proveer los servicios prometidos en forma segura, cuidado y puntual. Según su definición es la probabilidad del buen funcionamiento o desempeño de algo; es decir su correcto funcionamiento bajo ciertas condiciones y en un periodo de tiempo determinado.

Tangibilidad: Apariencia y consistencia de facilidades físicas, equipos, personal, materiales, comunicacionales, etc.

Seguridad: Conocimiento y cortesía del personal y su habilidad para ganar la fe y confianza de los clientes.

1.2.2.2. Concepto de Calidad de Servicio.

La prestación de un servicio como una consecuencia de momentos de interacción entre el cliente y la organización, usualmente representada por alguno de sus empleados; toda persona puede tener una impresión de cualquier entidad aunque no haya tenido ninguna experiencia directa con ella. Esta valorización inicial poco objetiva, irá siendo ajustada por el cliente a medida que valla recibiendo mayor información y experimentando los momentos de verdad, como la objetividad de la valoración previa es baja, la persona tenderá a poner mucho peso en las primeras impresiones reales que perciba directamente, es por esto que los primeros momentos de verdad son tan importantes. La percepción del servicio que recibe el cliente puede ser gestionada, para ello hay que tener en cuenta que, debido a la intangibilidad del servicio, el cliente es incapaz de muchas ocasiones evaluar la calidad de lo que recibe como servicio, por lo que tienen tendencia a poner mucho más peso en la percepción de servicio gestionando las evidencias del proceso.

Calidad Total.

La calidad total es un concepto, una filosofía, una estrategia, un modelo de hacer negocios y estar localizado hacia el cliente, la calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, gerencial, tomando una empresa como una maquina gigantesca, donde cada trabajador desde el gerente hasta el funcionario más bajo de nivel jerárquico esta comprometidos con los objetivos empresariales, es algo que se supone mucho más que hacer correctamente el trabajo.

Tiene como principio fundamental la mejora continua y es el resultado de la visión, planificación, y disciplina. Crear una cultura de calidad, se refiere a la satisfacción del cliente, lo cual exige a la empresa adoptar una visión de futuro que haga de ella una entidad competitiva.

Es un compromiso de la Dirección y un liderazgo activo de todo el equipo involucrado que incluye participación de todos los miembros de la organización y fomento del trabajo en equipo hacia una gestión de calidad total

La calidad es un concepto que ha ido variando con los años y que existe una gran variedad de formas de concebirlas en las empresas, a continuación se detallan algunas de las definiciones que comúnmente son utilizadas en la actualidad, entre estas tenemos las siguientes:

- ✓ Satisfacer plenamente las necesidades del cliente.
- ✓ Cumplir las expectativas del cliente.
- ✓ Despertar nuevas necesidades del cliente.
- ✓ Lograr servicios con cero defectos.
- ✓ Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- ✓ Producir un servicio de acuerdo a las normas establecidas.
- ✓ Calidad no es un problema, es una solución.

1.2.2.3. Satisfacción a los clientes.

Philip K., (2008) define: la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta". (Pág. # 21).

El objetivo de mantener “satisfecho a cada cliente” ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales de las empresas exitosas, es de vital importancia jamás olvidar este objetivo pues en muchas ocasiones de esto dependerá el futuro de la empresa.

Se designa con el concepto de Atención al Cliente a aquel servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras; a sus clientes, en caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores.

Sin lugar a dudas, el éxito de una empresa dependerá fundamentalmente que aquellas demandas de sus clientes sean satisfechas satisfactoriamente, porque estos son los protagonistas fundamentales, el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Es fundamental que la empresa considere la recepción de una queja o sugerencia como un gran aporte de retroalimentación de información de sus clientes ya que una queja está hablando de que algo no está bien hecho y es necesario solucionarlo, de esta manera se realizará una recopilación de los puntos favorables y negativos para brindar la mejor solución a determinado inconveniente y por ende no cometer los mismos errores.

1.2.2.4. Recursos de la Organización.

Para lograr los objetivos, es necesario contar con una serie de elementos o recursos, son todos aquellos elementos que están bajo el control de una organización, es muy importante la utilización de estos recursos ya que potencialmente puede contribuir al logro de la productividad.

La disponibilidad de recursos hace referencia a la utilización de todos los recursos que debe tener una organización, entre los que tenemos:

Humanos.

Chiavenato I. (2005) Uno de los recursos más importantes de la compañía, es el recurso humano, pues sin él no puede funcionar, el recurso humano es quien hace posible el funcionamiento del resto de recursos. (pág. # 210)

Es responsable de los sistemas que identifican y desarrollan el personal con mayor potencial de toda la organización, preparándolo junto a los directivos presentes, para alcanzar los objetivos empresariales presentes y futuros, incluyendo la planificación de sucesiones.

Las personas otorgan tiempo y esfuerzo a las organizaciones, a cambio de un beneficio como puede ser el salario u otras retribuciones. El recurso humano son todas aquellas personas integrantes de la asociatividad de electrónicos que aportan trabajo y conocimiento con la única finalidad de alcanzar los objetivos trazados.

En otras palabras se refiere a todos los grupos humanos, de los demás componentes, éste es el más importante, porque es el que utiliza los materiales y sigue paso a paso los procedimientos y también opera el equipo con el que se brindará el servicio, por lo tanto como se dijo anteriormente este recurso debe ser valorado primordialmente para que el resto de recursos puedan ser el complemento ideal para lograr los objetivos de la empresa.

Físicos Materiales.

Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa o institución para poder ofrecer sus servicios, y poder brindar una buena atención frente a la competencia, tales como:

- Instalaciones: edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas , etc. (empresa)
- Materia prima: materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso, productos terminados, etc. (producto)

Se refiere a las cosas que se utilizan para procesar, transformar, o que se procesan o transforman en el proceso productivo de un bien o servicio.

Sallenave (2006) Recursos económicos: Pueden ser cualquier cosa que satisfaga las necesidades humanas, de manera directa o indirectamente. Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. (pág. # 70-71).

Un recurso financiero es un recurso - medio, de cualquier clase, que permite obtener algo que se pretende; el dinero, por ejemplo, es un recurso indispensable para comprar una casa, las finanzas, por otra parte, hacen referencia a los bienes, los caudales y la circulación del dinero. Los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa, contar con los recursos materiales adecuados es un elemento clave en la gestión de las organizaciones.

En el presente proyecto podemos encontrar los siguientes elementos:

- Desarmadores.
- Cautín.
- Pistola de Calor.
- Probador de voltajes.
- Estaño.

- Pasta de soldar.
- Probadores de resistencias.
- Capacimetro.
- Lupa.
- Computador.
- Lector de memorias.
- Alicates.
- Llaves.
- Pinzas.
- Cortadoras.

Económicos Financieros.

Sallenave (2006): Pueden ser cualquier cosa que satisfaga las necesidades humanas, de manera directa o indirectamente. Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. (pág. # 70- 71)

Los encargados de la administración de los recursos financieros deben analizar y planificar el correcto flujo de fondos; de este modo se evitarán los problemas por falta de recursos para afrontar las actividades productivas o el pago de obligaciones.

Los recursos financieros pueden estar compuestos de la siguiente manera:

- Dinero en efectivo.
- Prestamos a entidades bancarias.
- Aportaciones de los Socios.
- Tenencia de bonos y acciones.

Técnicos.

Chiavenato, Idalberto. (2006) Son aquellas estrategias o métodos que se utilizaran para realizar cualquier acción o actividad. Los recursos técnicos también están relacionados con la parte física para la implementación de las actividades. (pág. # 150)

Comprenden los sistemas de producción, la tecnología que los orienta, los procesos de producción, el mantenimiento, el desarrollo técnico, los sistemas y procedimientos administrativos, los sistemas de ventas, los sistemas de promoción y las fórmulas de patentes. Son los que se utilizan para realizar un trabajo en específico con una técnica que lo caracteriza.

Tecnológicos.

Sallenave (2006) Un recurso es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico. (pág. # 89)

Son el conjunto de técnicas, procesos, procedimientos, métodos y sistemas que son utilizados por la empresa en las diferentes actividades relacionadas con la producción de bienes o servicios, le damos el nombre de recursos tecnológicos que servirán para el desarrollo.

La tecnología se refiere al conocimiento acerca de la forma de llevar a cabo o ejecutar determinadas tareas o actividades, no se limita a las máquinas o equipos, influye de manera decisiva en el comportamiento y utilización de otros recursos de la organización.

Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual).

Los audiovisuales (aquí se incluyen los tecnológicos como retroproyector y los no tecnológicos, por ejemplo, las láminas y el pizarrón entre otros). Todo lo referente a recursos tecnológicos es indispensable ya que no se puede trabajar sin ella.

Innovación.

Una innovación empresarial es una mejora en el modelo de negocio que tiene una empresa, es realizar grandes cambios organizacionales, productivos o tecnológicos en la propuesta que hace un negocio al mercado con el único fin de ser más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado o incluso crear un mercado totalmente nuevo donde no existan competidores.

En economía, Joseph Schumpeter fue quien introdujo este concepto en su teoría de las innovaciones, en la que lo define como el establecimiento de una nueva función de producción.

La economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa. Sugiere que invenciones e innovaciones son la clave del crecimiento económico y quienes implementan ese cambio de manera práctica son los emprendedores.

Escorsa (1997) la innovación es "el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado"

De acuerdo a este concepto, innovar no es más que el proceso de desarrollar algo nuevo o que no se conoce a partir del estudio metódico de una necesidad, ya sea personal, grupal u organizacional, para lograr una meta económica. Esto quiere decir, que la innovación genera ideas que pueden venderse.

- Ellas se adaptan fácilmente a los cambios en el mercado.
- Son empresas ágiles internamente para desarrollar nuevos productos y servicios.
- Tienen una visión de largo plazo destinada a cambiar el statu quo de una industria.
- Crean ventajas competitivas que son absolutamente arrolladoras.

1.2.2.5. Componentes del Servicio de Calidad.

Efectividad:

La efectividad es la capacidad de lograr un efecto deseado, esperado o anhelado.

La efectividad es el equilibrio entre la eficacia y la eficiencia, entre la producción y su capacidad de la misma.

- ✓ El profesional está formado.
- ✓ Los materiales y maquinas son adecuados.
- ✓ Se hacen las operaciones que son correctas.
- ✓ Los procedimientos son los idóneos.

González (2007). La efectividad es la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos, y da cuenta del grado de cumplimiento de los objetivos que se han planificado: cantidades a producir, clientes a tener, órdenes de compras a colocar, etc. Cuando se considera la efectividad como único criterio se cae en los estilos efectivitas, aquellos donde lo importante es el resultado, no importa a qué costo.

Eficiencia:

Es la capacidad de lograr el efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles viable.

Stephen Covey (2012) define la efectividad como el equilibrio entre la eficacia y la eficiencia, entre la producción y la capacidad de producción. $E = P/CP$. Para ello se basa en la fábula de Esopo, la gallina de los huevos de oro, comparando los huevos de oro con la producción y la gallina con la capacidad que tiene de producirlos.

Soler (2001). La eficiencia se le utiliza para dar cuenta del uso de los recursos utilizados y la cantidad de recursos que se había estimado utilizar, y como grado en el que se aprovechan los recursos utilizados transformándolos en productos. Por lo tanto, da una medida de la relación entre los recursos y su grado de aprovechamiento en los procesos. Estamos hablando de eficiencia cuando mencionamos los costos operativos, los tiempos de proceso y los desperdicios. La eficiencia es el "Cómo".

Fernández (2007). La eficiencia consiste en realizar un trabajo o una actividad al menor costo posible y en el menor tiempo, sin desperdiciar recursos económicos, materiales y humanos; pero a la vez implica calidad al hacer bien lo que se hace.

Eficacia:

Es hacer lo necesario para alcanzar o lograr los objetivos deseados o propuestos.

Según Idalberto Chiavenato, la eficacia "es una medida del logro de resultados".

Para Koontz y Weihrich, la eficacia es "el cumplimiento de objetivos".

Según Robbins y Coulter, eficacia se define como "hacer las cosas correctas", es decir; las actividades de trabajo con las que la organización alcanza sus objetivos.

Beas (2007) La eficacia se define como la capacidad de lograr los objetivos y metas programadas con los recursos disponibles en un tiempo predeterminado. Capacidad para cumplir en el lugar, tiempo, calidad y cantidad, las metas y objetivos establecidos.

Soler (2001) Se entiende por eficacia la relación que existe entre el bien o servicio y el grado de satisfacción del cliente y de la empresa. De manera que al hablar de calidad, de satisfacción del cliente, del logro de los objetivos corporativos, se habla de eficacia. La eficacia es el "Qué".

- ✓ Es satisfactorio para el cliente.
- ✓ La aceptación por parte del público es buena.
- ✓ El cliente lo percibe como adecuado.
- ✓ El cliente está contento con los resultados.

1.2.2.6. Atención.

Es normal escuchar o leer sobre la importancia de la calidad en el servicio en las empresas, pero bien por su complejidad o bien por su subjetividad, es un término difícil de describir, no obstante existen varias definiciones sobre el término calidad. Pero en lo referente a atención es el ámbito donde se debe orientar los esfuerzos ya que de esto depende en gran parte el éxito de una entidad, en mayor escala si es de servicio, porque se convierte en un potencial.

La calidad es la comparación entre las expectativas del cliente y la percepción del resultado del servicio, o dicho de otro modo la comparación entre lo que el cliente espera recibir y la percepción de lo que ha recibido. En conclusión si queremos que el servicio que ofrecemos, sea considerado un servicio de calidad por nuestros clientes, tendremos que superar sus expectativas y cumplir con las siguientes condiciones:

Elementos Tangibles.

Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados (de cómputo, oficina, transporte, etc.). Una evaluación favorable en este rubro invita al cliente para que realice su primera transacción con la empresa.

Cumplimiento de promesa.

Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado.

Actitud de Servicio.

Con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados; esto significa que no sienten la disposición quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente.

Competencias del Personal.

El cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas, en fin, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos.

Fiabilidad.

Es uno de los puntos más importantes que hay que cumplir, ya que es un factor determinante para que un servicio se perciba de calidad, la fiabilidad en este caso está directamente relacionada con el correcto cumplimiento de las promesas realizadas al cliente.

Calidad en la Tangibilidad.

El servicio como tal, es intangible y ello provoca dificultad para comprobar la calidad, así que los clientes buscan elementos físicos relacionados con el servicio, para comprobar su calidad, como por ejemplo instalaciones, mobiliario, personal o incluso elementos de comunicación como tarjetas o folletos publicitarios.

Responsabilidad.

Esta altamente relacionada con las predisposiciones que tenemos que ayudar rápidamente y eficazmente al cliente, normalmente en sus necesidades, preguntas o quejas.

Confianza Y Seguridad.

La tranquilidad del cliente es otro aspecto fundamental, para ofrecer un servicio de calidad, para ello es necesario transmitir confianza y seguridad, normalmente se consigue a través del tiempo mediante experiencias previas o en el caso de ser clientes nuevos, mediante la imagen corporativa, referencias de clientes importantes o incluso haciendo hincapié en la correcta cualificación de los colaboradores, Las personas que hablan con seguridad y confianza demuestran que creen en sí mismas, no son demasiadas tímidas ni demasiadas avasalladoras. Saben que sus ideas y sus sentimientos son importantes. Tienen confianza para actuar con tranquilidad y dar a conocer sus ideales.

Empatía.

Trasmitir la disposición total de la empresa en la atención de sus clientes, es la esencia de la empatía aplicada al servicio, para ello es necesaria instaurar una política de comunicación donde el feedback es una condición necesaria para comprender las necesidades del cliente.

En el libro "Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?" se menciona lo siguiente: "La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer"

1.2.2.7. Organización.

Planificación.

Rodríguez (2006). La planificación esta compuestas de numerosas decisiones orientadas al futuro, representa el destinar pensamiento y tiempo en el presente para una inversión en el futuro. Algunos tratadistas de la planificación la han definido como descubrir cosas hoy para poder tener en el futuro. (Pág. # 122)

Sallenave (2006) manifiesta que planificación es la "Actividad organizacional que requiere establecer un curso preestablecido de acciones y estrategias, empezando con la determinación de metas y objetivos" (pág. # 62)

Terry (2006) La planificación es seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales."(pág. # 240)

La planificación es la etapa primordial de toda institución ya que es donde se decide el rumbo a seguir estrictamente, se definen los objetivos futuros y se trazan trayectorias para la concepción de tales objetivos, su importancia radica en el equilibrio adaptativo de la organización a su entorno procurando responder eficientemente a las demandas ambientales a partir de un flujo constante de información. Su finalidad es alcanzar lo que se espera conforme a lo planificado.

Organización.

Robbins (2006) “Cualquier sistema estructurado de reglas y relaciones funcionales diseñadas para llevar a cabo las políticas empresariales, más precisamente, los programas que tales políticas inspiran”. (pág. # 63)

Terry (2006) Es la relación que se establece entre los recursos humanos y los recursos económicos que dispone la empresa para alcanzar los objetivos y metas propuestas en el plan. Organizar, es conjugar los medios a disposición (hombre-técnica capital y otros recursos) para alcanzar la producción. (pág. # 245)

Rodríguez (2006). Organizar es agrupar las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos, la asignación de cada agrupamiento a un administrador junto con la autoridad indispensable para supervisarlos, y disposición de una coordinación horizontal y vertical dentro de la estructura de la empresa. (Pág. #148).

La Organización se basa en la obtención de eficiencia que solo es posible a través del ordenamiento y coordinación racional de todos los recursos que forman parte del grupo social, permite priorizar las actividades a realizarse, determinando el personal así como los recursos adecuados para realizar dichas actividades.

Integración.

Robbins S. (2006) Es obtener y articular los elementos humanos y materiales que la organización y la planeación, señalan como necesarios para el adecuado funcionamiento de un organismo social. (pág. # 64).

Es el primer paso práctico de la etapa de la dinámica y, por lo mismo, de ella depende en gran parte que la teoría formulada en la etapa constructiva o estática, tenga la eficiencia prevista y planeada, consiste en ocupar y mantener los puestos de la estructura organizacional, mediante la identificación de los requerimientos de fuerza de trabajo, inventario del personal disponible y reclutamiento, selección, contratación, ascenso, evaluación, planeación, compensación, capacitación, desarrollo. Acción y efecto de integrar o integrarse (constituir un todo, completar un todo con las partes que faltaban o hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo).

Dirección.

Ponce A. (2005). La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea que se cumplan en la forma adecuada todas las ordenes emitidas. (Pág. # 384).

Sallenave (2006) Ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, mediante la guía de los esfuerzos del grupo social a través, de la motivación, comunicación y supervisión. (pág. # 65)

Terry (2006) “Comprende la mística de la subordinación y no de sometimiento. Los subordinados son debidamente orientados y el superior tiene una continua responsabilidad para hacerles conocer sus diferencias y orientarles para el mejor desenvolvimiento y cumplimiento de sus tareas, a la vez para motivarlo a trabajar con celo y confianza” (pág. # 248)

La Dirección se encarga del estudio, análisis, toma de decisiones y ejecución de acciones, en beneficio de la organización, esta etapa es de vital importancia porque da a conocer a los encargados los métodos para verificar cual es la actual situación de la organización. Es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones;

Control.

Sallenave (2006) Es la evaluación y medición de la ejecución de los planes, con el fin de detectar y prever desviaciones, para establecer las medidas correctivas necesarias. (pág. # 66)

Terry (2006) Consiste en la evaluación y corrección de las actividades del que hacer de los subordinados, para asegurarse de lo que se realiza va de acorde a los planes. Por lo tanto sirve para medir el desempeño en relación con las metas, detecta las desviaciones negativas y plantea las correcciones correspondientes en perspectiva de cumplir con los planes; son bastantes conocidos los instrumentos de control, tal como el presupuesto para gastos controlables, los registros de inspección para verificar y comprobar el objetivo trazado (pág. # 250)

Es el proceso que permite verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización, usualmente implica una comparación entre un rendimiento esperado y un rendimiento observado, para verificar si se están cumpliendo los objetivos de forma eficiente y eficaz y tomar acciones correctivas cuando sea necesario.

El control desde perspectiva limitada se concibe como la verificación a posteriori de los resultados conseguidos en el seguimiento de los objetivos planteados. Bajo la perspectiva amplia, el control es concebido como una actividad no sólo a nivel directivo, sino de todos los niveles y miembros de la entidad.

1.2.2.8. Características.

- Los servicios no son tangibles aun cuando involucren productos tangibles.
- Los servicios son personalizados.
- Los servicios también involucran al cliente, a quien el servicio se dirige.
- Los servicios se producen conforme a la demanda.
- Los servicios no pueden ser manufacturados o producidos antes de entregarse.
- Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo.
- Los servicios no pueden ser mostrados o producidos antes de la entrega.
- Los servicios son perecederos no pueden ser guardados o almacenados.
- Los servicios no pueden ser inspeccionados o probados previamente (corregidos al momento que se dan).
- Los servicios no producen defectos, desperdicios o artículos rechazados.
- Las deficiencias en la calidad del servicio no pueden ser eliminadas antes de la entrega.
- Los servicios no pueden ser sustituidos o vendidos como segunda opción.
- Los servicios se basan en el uso intensivo de mano de obra. Pudiendo comprender una integración interfuncional compleja de diversos sistemas de apoyo.

1.2.2.9. Modelos de calidad.

El Modelo de Calidad de Servicio de Grönroos.

El modelo de imagen Grönroos (1983, 1994).

Plantea que la calidad de servicio es el resultado de integrar la calidad total en tres tipos de dimensiones: calidad técnica (qué se da), calidad funcional (cómo se da) e imagen corporativa; en las que quedarán incluidos los atributos que pueden influir o condicionar la percepción que un sujeto tiene de un objeto, sea producto o servicio, siendo la imagen un elemento básico para medir la calidad percibida. Relaciona la calidad con la imagen corporativa, de allí que la imagen sea un elemento básico para medir la calidad percibida.

El modelo propuesto por Grönroos (1988).

Define y explica la calidad de servicio a la vez que asocia su gestión con las actividades propias del marketing y la relación de intercambio con un mercado de consumidores. Indica que la calidad total percibida se produce cuando la calidad experimentada satisface la calidad esperada; o cuando lo recibido y lo experimentado se corresponde con las expectativas generadas alrededor del servicio en cuestión (Pascual, 2004).

En resumen, el cliente está influido por el resultado del servicio, pero también por la forma en que lo recibe y la imagen corporativa, todo ello estudia transversalmente las diferencias entre servicio esperado y percepción del servicio (Duque, 2005). El modelo planteado por Grönroos toma elementos de un trabajo previo no publicado de Eiglier y Langeard en 1976. Define y explica la calidad del servicio percibida a través de las experiencias evaluadas a través de las dimensiones de la calidad. Paralelamente conecta las experiencias con las actividades del marketing tradicional esbozando la calidad.

Modelo de Calidad de Grönroos (1988)

El punto principal de este modelo está constituido por el concepto de servicio, este constituye las intenciones básicas de la organización que lo presta, es la base sobre la que se apoya el diseño y desarrollo de la oferta en sí, cuando centramos la atención en el desarrollo del paquete básico de servicios, encontramos tres tipos de servicio.

El primero es el servicio esencial que se refiere y representa la razón de ser de la organización que lo presta, el segundo se refiere a los servicios que facilitan el uso del servicio esencial, mientras que los terceros, los servicios de apoyo, son de carácter auxiliar y su principal utilidad se hace patente a la hora de aumentar el valor y diferenciar el servicio de los principales competidores que actúan en el mismo mercado.

En lo referente a la oferta de servicios incrementada, el autor destaca tres elementos básicos que combinados conforman dicha oferta. En primer lugar se encuentra la accesibilidad que está relacionada con la localización y diseño del establecimiento, el número de empleados, su preparación, el horario de atención al público, etc.

Oferta de servicios incrementada (Grönroos, 1994).

El último elemento fundamental del modelo es el que se ha identificado como gestión de la imagen y de la comunicación, es importante destacar que a partir de este modelo se establece que la comunicación de marketing influye tanto en las expectativas, pero también ejercen un efecto directo sobre las percepciones de ejecución del servicio. La calidad es un término que todos los consumidores entienden pero que difícilmente pueden definir, por lo general se asume por calidad cuando un producto, o servicio, cumple con las funciones o desempeño para el cual fue diseñado o creado.

Modelo de los Tres Componentes de Rust y Oliver.

El modelo se compone de tres elementos: el servicio y sus características (service product), el proceso de envío del servicio o entrega (service delivery) y el ambiente que rodea el servicio (environment). Su planteamiento inicial fue para productos físicos. al aplicarlo al servicio, cambia el centro de atención, pero, como ellos afirman, se está hablando de empresas de servicios o de productos, los tres elementos de la calidad del servicio siempre están presentes.

El servicio y sus características se refieren al diseño del servicio antes de ser entregado al cliente, los elementos se determinan según el mercado objetivo, es decir, según las expectativas, dichas expectativas pueden estar ligadas a benchmarks como parámetros de comparación, independientemente de que la industria decida o no cumplir con el estándar. El punto clave es la determinación de las características relevantes o especificaciones a ofrecer.

El Modelo de “Servucción” de Eiglier y Langeard.

En 1989 apareció la teoría de la servucción, como un intento de sistematizar la "producción", el proceso de creación y fabricación del servicio. Según Eiglier y Langeard (1989), sus iniciadores, la servucción es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente-empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados. El término servucción fue desarrollado por estos autores con la intención de establecer un término equivalente a la producción de productos tangibles pero aplicados a los servicios.

Así, estos autores diseñan su sistema con la finalidad de poseer un proceso planificado, controlado y cuantificado para la prestación de servicios, los autores distinguen 4 elementos básicos en el sistema de Servucción: el cliente, el soporte físico, el personal de contacto y el servicio.

El Cliente: se trata del consumidor del servicio, coproductor del mismo, resultado de su comunicación e interacción con el prestador; es el elemento clave del sistema ya que sin cliente no hay servicio.

El Soporte Físico: que es el soporte material necesario para la producción del servicio, bien los instrumentos puestos a disposición del cliente o del personal en contacto (objetos, muebles, máquinas expendedoras, etc.) y que facilitan la realización del servicio, bien el entorno constituido por todo aquello que se encuentra alrededor de los instrumentos (localización, decorado, señalización, clima, etc.).

El Personal de Contacto: son las personas empleadas por la empresa y cuyo trabajo requiere estar en contacto directo con el cliente, en ocasiones puede no existir en algunas servucciones, que son realizadas únicamente por el cliente mediante la utilización de elementos de autoservicio.

El Servicio, que es el resultado de la interacción de los tres elementos anteriores, esta resultante constituye el beneficio que debe satisfacer la necesidad del cliente, con la mayor calidad posible. Es el “beneficio” que satisface la necesidad.

El Modelo Servqual (Service Quality).

El modelo propuesto es un punto de referencia obligado en el estudio y la gestión de la calidad de servicio (Pascual, 2004; Casino, 2001). Específicamente, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988), definen la calidad de servicio percibida como el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido. Entonces la calidad de servicio es la diferencia entre las percepciones reales de los clientes y lo que en realidad recibe por parte de la empresa o entidad.

Indican que a la hora de evaluar la calidad de servicio y en ausencia de criterios de carácter objetivo es necesario realizar un diagnóstico de dicho servicio a partir del análisis de las percepciones de los clientes o usuarios con relación al servicio recibido (Parasuraman, A., Zeithaml, V. Y Berry, L, 1988). Por ello, la calidad del servicio quedó definida como la amplitud de las diferencias o brechas que existía entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones respecto a la prestación del servicio (Parasuraman, Zeithmal y Berry 1993).

El modelo Servqual se deriva, según investigadores como Bitner (1990) y Bolton y Drew (1991), del paradigma de la desconfirmación de la literatura de satisfacción del cliente, el cual evalúa la calidad de un servicio comparando su percepción del servicio recibido con sus expectativas. En consecuencia, la calidad puede ser medida operativamente sustituyendo las puntuaciones correspondientes a la medida de las expectativas de las correspondientes a la percepción. Bajo este paradigma también se destacan los modelos de Brown y Swartz (1989) y Carman (1990). Al respecto Pascual (2004), indica que este paradigma postula que cuando la ejecución, en este caso de un servicio, iguala o supera lo esperado emerge la calidad de servicio.

Dimensiones del modelo SERVQUAL para medir la Calidad de los Servicios.

Elementos Tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales para comunicaciones.

Confiabilidad: Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa y digna de confianza

Capacidad de Respuesta: Buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito. Es su probabilidad media de producir, frente a una demanda, una respuesta de calidad aceptable, dentro de un margen de tiempo aceptable y a un costo aceptable.

Seguridad: Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza.

Empatía: Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes

Ejemplo de un modelo de servicio.

“Rudy Peterson era un hombre de negocios estadounidense que estaba hospedado en el Gran Hotel de Estocolmo. Un día dejó el hotel y se dirigió al aeropuerto de Arlanda en el norte de Estocolmo, para acompañar a un colega en un vuelo de las Líneas Aéreas Escandinavas a Copenhague.

El viaje era de sólo un día, pero importante. Cuando llegó al aeropuerto se dio cuenta que había dejado su billete en el hotel. Lo había colocado encima de la mesa para ponerse el abrigo y se había olvidado de recogerlo, todo el mundo sabe que no puede subir a bordo de un avión sin billete, de modo que Rudy Peterson ya se había resignado a perder el vuelo y su reunión de negocios.

Pero cuando le explicó su problema a la empleada, recibió una agradable sorpresa. No se preocupe, señor Peterson, dijo ella con una sonrisa. Aquí está su tarjeta de embarque, le colocaré un billete provisional en ella si usted me dice su número de habitación en el Grand Hotel y su destino en Copenhague y yo me ocuparé del resto”. Mientras Rudy y su colega esperaban en la sala de pasajeros, el empleado llamó al hotel.

Un botones subió a la habitación y encontró el billete justamente donde el Sr. Peterson dijo que estaría. La empleada había enviado una limousine de SAS para recogerlo del hotel y traer el billete inmediatamente, sucedió todo tan rápidamente que el boleto llegó antes de que saliera el vuelo para Copenhague. Todo esto sucedió en un instante.

Nadie estuvo más sorprendido que el propio Rudy Peterson, cuando el asistente del vuelo se le acercó y le dijo tranquilamente: “Sr Peterson: aquí está su billete”. Los empleados de esa compañía aérea se pusieron verdaderamente en los zapatos del cliente y asumieron como propio el problema que en ese momento angustiaba a ese individuo que se acercó ante dicho auténtico profesional del servicio en la atención al pasajero que está a punto de abordar un avión y que actuó efectivamente como todo un profesional y no como ese tipo burocratizado, que indudablemente ante este tipo de problemática hubiera contestado con un simple: “Que pena; ya ve por dejar por ahí, olvidado su boleto...” “A ver como le hace...” “Ese es su problema, no el mío...”

La calidad no es un estándar, sino un componente básico en la ecuación de la satisfacción:

$S = PC - E$ (según las especificaciones)

Satisfacción del cliente = Percepción de la calidad del servicio prestado — Expectativas (lo que el cliente esperaba recibir). Por ello, este es un ejemplo del modelo norteeuropeo “Modelo de Calidad de Servicio de Grönroos, que dice que la calidad de servicio es el resultado de integrar la calidad total en tres tipos de dimensiones: calidad técnica (qué se da), calidad funcional (cómo se da) e imagen corporativa.

1.2.2.10. Gestión Participativa.

El trabajar en equipo resulta provechoso no solo para una persona sino para todo el equipo involucrado, nos traerá más satisfacción y nos hará más sociables, también nos enseñará a respetar las ideas de los demás y ayudar a los compañeros si es que necesitan nuestra ayuda. La participación hace que las actividades se desarrollen en armonía y que cada integrante aporte a través de sus conocimientos con nuevas técnicas para poder guiar al grupo por el camino correcto.

Ventajas:

Existen varias ventajas, entre las cuales tenemos:

- ◆ Aumenta la calidad del trabajo al tomarse las decisiones por consenso.
- ◆ Se fortalece el espíritu colectivista y el compromiso con la organización.
- ◆ Se reducen los tiempos en las investigaciones al aportar y discutir en grupo las soluciones.
- ◆ Disminuyen los gastos institucionales.
- ◆ Existe un mayor conocimiento e información.
- ◆ Surgen nuevas formas de abordar un problema.
- ◆ Se comprenden mejor las decisiones.
- ◆ Son más diversos los puntos de vista.
- ◆ Hay una mayor aceptación de las soluciones.
- ◆ La deserción, no estar presente física ni psicológicamente, aislarse y ausentarse sin razones.
- ◆ La división, el exceso de llamado de atención, la necesidad imperiosa de atraer simpatía y de exhibir los éxitos.

En el trabajo en equipo y en el fomento del compañerismo es importante la función que realizan los líderes, ellos trabajan para que exista acuerdo sobre los objetivos y que estos sean claros, así como que todos se sientan comprometidos e implicados con las tareas.

1.2.2.11. Estrategias.

¿Qué es una Estrategia Asociativa?

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

Características de las Estrategias Asociativas

- ✓ Es principalmente un mecanismo de cooperación, aunque puede ocurrir que los asociados compitan entre sí, en este caso existe competencia: una actividad que permite competir cooperando, o bien cooperar para poder competir. Por ejemplo, en una feria de productos similares los asociados compiten entre sí, pero el hecho de cooperar en la comercialización conjunta les permite darse a conocer, disminuir costos y alcanzar mayor volumen de venta, entre otras ventajas.
- ✓ Requiere de un cierto grado de organización, es decir, distribuir y coordinar tareas y funciones necesarias para el logro de objetivos comunes.
- ✓ Tiene cierto grado de permanencia, esto supone una visión de largo plazo de la relación conjunta, que trascienda los problemas coyunturales que puedan dar origen a la estrategia asociativa (por ejemplo, obtener un descuento por compras en cantidad o acceder a un crédito conjunto) y se mantenga en el tiempo.
- ✓ Supone una decisión voluntaria al momento de asociarse, existiendo libertad para ingresar o retirarse de la estrategia asociativa según los mecanismos que acuerden sus miembros.
- ✓ Se orienta al logro de objetivos comunes fijados por los asociados, éstos pueden aprovechar ventajas o resolver problemas conjuntos conservando el control sobre su negocio, es decir, manteniendo su autonomía.

1.2.2.12. Servicios.

Los servicios están relacionados con un grupo humano que se presta para satisfacer una necesidad de los consumidores, sin la necesidad de la existencia de un objeto o bien físico involucrado. Los servicios, como se dijo anteriormente, son bienes que a diferencia de los productos no son tangibles, estos se encuentran en casi todas las actividades económicas, muchas empresas e industrias proveen de éstos a la sociedad.

Por lo general las personas se olvidan de que la gran mayoría de las actividades humanas se sirven de algún servicio, como por ejemplo la peluquería, una visita al médico, cafetería, entre otras, por lo tanto éstos tienen como objetivo final contribuir al bienestar general.

1.2.2.13. Convivencia.

En la empresa, la cultura no es un fenómeno espontáneo, es el resultado de un sistema de convivencia empresarial eficiente que dirige los esfuerzos de todo el personal en una dirección determinada. Implantar una cultura de excelencia en servicios, donde lo importante es la satisfacción del cliente, implica para la empresa una ventaja competitiva, el énfasis es en los procedimientos en toma de decisiones e integración hacia la prestación del servicio interno y externo.

En la actualidad las empresas y compañías requieren mejorar las relaciones entre directivos y colaboradores, en vista que con una efectiva comunicación se puede llegar a obtener grandes resultados. La Comunicación Interna es vital para que una empresa muestre una imagen positiva hacia la colectividad.

1.2.2.14. Medición.

Esta etapa sirve como instrumento de apoyo para mejorar la eficiencia y eficacia del personal que está involucrado en la asociatividad y vinculados a la administración de sus actividades rutinarias; también esta etapa sirve como proceso educativo mediante el cual los involucrados desarrollan conocimiento y comprensión de los factores que intervienen e influyen en sus vidas; con estos dos parámetros se logra tener un control de las personas en un determinado proceso. El seguimiento y evaluación permite examinar el progreso e impacto del proyecto, establecer la viabilidad de los objetivos, e identificar y anticipar los problemas, permitiéndoles así tomar las medidas necesarias para evitar y resolver cualquier tipo de inconveniente.

1.3. MARCO LEGAL.

CONSIDERANDO:

1.3.1. La Constitución de la República del Ecuador del 2008.

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

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Art. 319.- Reconoce las diversas formas de organización de la producción en la economía, en otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

Art. 326.- Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende, sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización.

Art. 329.- De la Constitución de la República del Ecuador garantiza a los ecuatorianos al trabajo y al empleo en igualdad de condiciones.

1.3.2. Ley de Economía Popular y Solidaria.

Art. 22.- Los ministerios del ramo o secretarías nacionales que tengan como competencia el de la economía popular, solidaria y comunitaria, presentarán al término del ejercicio económico anual, al ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, reportes sobre los recursos invertidos en programas de generación de capacidades, innovación, emprendimientos, tecnología, mejora de

productividad, asociatividad, fomento y promoción de oferta exportable, comercialización, entre otros, con el objeto de potenciar este sector de la economía.

Art. 24.- Son organizaciones económicas del sector asociativo o simplemente asociaciones, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación. Se podrán constituir asociaciones en cualquiera de las actividades económicas, con excepción de la vivienda, ahorro y crédito, transportes y trabajo asociado.

Art.25.- Las asociaciones productivas o de servicios, adquirirán personalidad jurídica, mediante resolución emitida por el Instituto, luego de verificado el cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento de la presente ley y para ejercer los derechos y cumplir las obligaciones previstas en la misma, se registrarán en el Instituto y se someterán a la supervisión de la Superintendencia.

La asociatividad se puede respaldar también en la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en el Título I Del Ámbito, Objeto y Principios, en el Art. 1, define:

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

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

1.3.3. LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO.

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

Que: El Título XXX, Libro 1 del Código Civil Vigente, faculta la concesión de Personalidad Jurídica a corporaciones y fundaciones, como organizaciones de derecho privado.

Que, según el Reglamento para la Aprobación de Estatutos, Reformas y Codificaciones, Liquidación y Disolución, y Registro de Socios y Directivas de las Organizaciones previstas en el Código Civil y las Leyes Especiales contienen los requisitos para la constitución de corporaciones y fundaciones con finalidad social y sin fines de lucro.

1.3.4. PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR.

Política 11.2 Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

Literal e). Crear marcos regulatorios específicos que reflejen y faciliten el funcionamiento de los procesos comunitarios, cooperativos y asociativos en general.

Literal f). Capacitar a las asociaciones de pequeños productores y productoras sobre las demandas internas de bienes y servicios a nivel local y regional.

1.3.5. Documentos a Presentar.

- a) Solicitud de aprobación dirigida al ministerio de trabajo.
- b) Actas constitutiva de la entidad en original y copia, certificada por el secretario la misma que contendrá los nombres y apellidos completos de los fundadores, el nombramiento del directorio provisional, firma de los concurrentes y numero de cedula de identidad.
- c) Dos ejemplares de los estatutos debidamente certificados por el secretario, conteniendo: Denominación y domicilio, fines u objeto, derechos y obligaciones de los socios, estructura y organización interna, patrimonio económico, causas de disolución y liquidación y las demás disposiciones que los socios consideren necesarias, siempre que no se opongan al orden público, las leyes y las buenas costumbres.
- d) Dos ejemplares de la lista de socios fundadores donde consten: Si son personas naturales, los nombres y apellidos, el domicilio, cédula de identidad, el valor del aporte económico y la firma, si son personas jurídicas la razón social, el registro único de contribuyentes, nombramiento del representante legal y copias de los documentos de identificación.
- e) Certificado de apertura de cuenta de integración del aporte de los socios en una cooperativa banco y/o declaración de los bienes valorados que los socios aportan.

La Sociedad.

Se constituye ante un notario público y en la misma forma se hacen constar sus modificaciones.

La escritura constitutiva, que es el inicio legal de la sociedad, y consta de:

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

1.3.6. Los Estatutos.

Son las reglas fundamentales del funcionamiento de una asociación, pese a no poseer el carácter de norma jurídica, son vinculantes para los socios, pues se someten de forma voluntaria al ingresar en ella.

Marcan los lineamientos de la organización y las normas a la cual deben acoplarse los miembros de la asociación. Los estatutos podrán ser desarrollados por un reglamento de régimen, para regular todos aquellos aspectos del funcionamiento de la asociación que hayan quedado claros.

Acuerdo Ministerial de Concesión de Personería Jurídica a las Cooperativas, Asociaciones, Fundaciones, Comités, Barrios entre otras Organizaciones.

- Solicitud de aprobación del Estatuto, dirigida al Ministro de Bienestar Social y Director Nacional de Cooperativas firmado por el Presidente Provisional y Abogado Patrocinador.
- Certificación del técnico, difusor o promotor cooperativo que haya asesorado a los aspirantes a socios de la pre-cooperativa.
- Copia certificada del Acta Constitutiva de Asamblea General en la que se haya resuelto la creación de la asociación y designado al Directorio Provisional. Deberá constar en la misma la nómina de sus miembros, y deberá estar firmada por todos los aspirantes socios fundadores de la asociación.
- Tres ejemplares del Estatuto que contendrá las siguientes especificaciones:
 - ◆ Nombre, domicilio y responsabilidad de la cooperativa.
 - ◆ Finalidad y ámbito de acción.
 - ◆ Derechos y obligaciones de los socios.
 - ◆ Estructura y organización interna.
 - ◆ Medidas de control y vigilancia.
 - ◆ Forma de constituir, pagar o incrementar el capital social.
 - ◆ Principio y el término del año económico.
 - ◆ Uso y distribución de los excedentes.
 - ◆ Causas de disolución y liquidación de la asociación.

- ◆ Procedimiento para reformar el estatuto; y las demás disposiciones que se considere necesarias para el buen funcionamiento de la Asociación.
 - ◆ Al final del Estatuto deberá firmar el Secretario, indicando las fechas de las tres sesiones en que fue discutido y aprobado.
-
- Tres listas de los socios fundadores, con las siguientes especificaciones: Nombres y apellidos, número de cédula de identidad, domicilio, estado civil, ocupación, nacionalidad, número y valor de los certificados de aportación que suscribe y que paga de contado y la firma.
 - Al final de la lista, certificación de la Autoridad Competente con la indicación de que los miembros de la asociación en creación la firmaron en su presencia. La certificación podrá extender el Gobernador, Jefe Político, Teniente Político o un funcionario de dichos permisos.
 - Comprobante del depósito bancario, por lo menos el 50% del valor de los certificados de aportación que hayan suscrito los socios.
 - Dos respaldos en medio magnéticos conteniendo información del Estatuto y lista de socios fundadores.
 - La denominación de una asociación no debe coincidir con la de otra de la misma línea que este ya aprobada.

1.3.7. Actas Constitutivas.

En las actas constitutivas del MIES deberán contener la siguiente información:

- ✓ Domicilio de la Asociación (determinando: lugar, parroquia, cantón y provincia)
- ✓ Establecer los nombres y apellidos en orden alfabético y determinación del domicilio de cada uno de los socios fundadores.
- ✓ El ánimo de constituir una asociación por parte de los socios fundadores.
- ✓ Elección de la directiva provisional.

- ✓ Al final del Acta Constitutiva deberá estar firmada por todos los socios fundadores y por su Presidente y el Secretario que certifica.
 - ◆ Dos ejemplares originales del Estatuto que deberá incluir la certificación del secretario provisional, en la que se indique con exactitud la o las fechas de estudio o aprobación del mismo.
 - ◆ Acreditar un patrimonio mínimo de USD 400,00 (cuatrocientos dólares).
 - ◆ Copia de la Cédula de ciudadanía (o pasaporte) y de la papeleta de votación de los miembros que firmen el Acta Constitutiva.
 - ◆ La solicitud debe formular el representante legal de la organización u empresa.

1.3.8. Aprobación de Estatutos.

Los diferentes requisitos que se presentan a continuación están abalizados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, los mismos que son indispensables para el correcto funcionamiento de una entidad asociativa.

- Solicitud de aprobación de estatuto y concepción de personería jurídica firmada por el presidente provisional de la pre-cooperativa y dirigida al director nacional de cooperativas.
- Certificación de asesoramiento cooperativo otorgado por parte del promotor - difusor de cooperativas.
- Copia del acta constitutiva de la asamblea general en la que se haya designado el directorio provisional de los socios.

1.3.9. Formación de Nuevas Asociaciones.

1. Solicitud de aprobación de estatutos y concesión de personería jurídica dirigida al Ministro de Inclusión Económica y Social, adjuntando el siguiente expediente.

2. Dos copias del acta de Asamblea Constitutiva de la organización en formación donde se nombra al Director Provisional suscrita por todos los socios fundadores, la misma que debe contener expresamente:
 - ◆ La voluntad de los miembros de constituir la misma.
 - ◆ La nómina de la directiva provisional.
 - ◆ Los nombres completos, la nacionalidad, número de cédula de identidad y domicilio de cada uno de los miembros fundadores; y
 - ◆ La indicación del lugar donde la entidad en formación tendrá su sede con referencia de calle, parroquia, cantón y provincia, indicación del número de teléfono, fax o dirección de correo electrónico y casilla postal en caso de tenerlo.
3. Anexar dos fotocopias de documento de identidad y certificado de votación (art. 179 de la ley orgánica de elecciones).
4. Dos copias del correspondiente estatuto que debe incluir la certificación del secretario provisional, en la que se indique con exactitud las fechas de estudio y aprobación del mismo.
5. Este debe tener un contenido de régimen disciplinario, controversia, económico, causas para poder la calidad de socios, estructura organizativa interna y causas para la disolución de la organización.
6. Presentación de certificado del registro de la propiedad que demuestra la titularidad del predio, en caso de no tenerlo un certificado de la Subsecretaria de Tierras que manifieste que el predio está en trámite de adjudicación o un certificado de arrendamiento de algún predio celebrado legalmente.
7. Entrega de CD en donde tiene que constar solicitud, acta de Asamblea constitutiva, estatutos, nombre completo de los socios y nombre completo del directorio provisional con sus respectivas direcciones domiciliarias.
8. Las funciones y corporaciones (asociaciones) al tiempo de la aprobación del estatuto cuentan con un patrimonio mínimo de USD 400 en una cuenta de integración.

1.4. MARCO SITUACIONAL.

ANÁLISIS DE LA UBICACIÓN DE LA ASOCIATIVIDAD.

JOSÉ LUÍS TAMAYO:

En este sector existió una planta que nacía y crecía en el agua dulce de las albarradas y brotaba una flor de tres pétalos color lila que atraía a toda persona que llegaba al lugar. Quienes la tocaban y aspiraban su olor quedaban prendados. Por las características que reunían esta planta y su origen de nacimiento se la denominó Muey. Según se conoce en idioma árabe la palabra Muey significa “Agua” de allí el origen del nombre de la Parroquia.

Parroquia con 5.05 km² de extensión, ubicada al sur del Cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena. Sector que se encuentra junto a la vista del mar, envuelto de su clima tropical y por la bondad de su gente, ligadas con sus grandes historias mitos o leyendas, artes y desarrollo.

Constituyó por muchos años el centro de abastecimiento de agua dulce para los moradores del sector peninsular (1800-1899).

Posteriormente en la década de los años cuarenta, sus hijos queriéndole cambiar de denominación le llamaron México, en homenaje a la gran nación del norte, por ello cada ocasión que en los pueblos de Salinas se observaba llegar a un habitante de esta pintoresca parroquia, junto a su medio de trabajo, esto es un borriquito halado de la pipa de agua, decía allá viene un “mexicano” en su cabalgadura.

El 22 de diciembre de 1938 fue declarada como parroquia y posteriormente, por petición de algunos moradores se cambia la denominación de México, por la de, José Luis Tamayo en homenaje al ilustre hijo de la parroquia Chanduy parte también de la península de Santa Elena, quien llegó a ceñir la banda presidencial en su pecho; este nombre ostenta en la actualidad.

SALINAS:

Salinas se encuentra ubicado a 144 Km de la ciudad de Guayaquil, en el extremo más saliente de la costa del Pacífico Sur, formando parte de la provincia de Santa Elena, en la zona conocida como “Puntilla de Santa Elena”. Salinas se ha conformado como una ciudad que se desarrolla eminentemente en base al turismo de sol, mar y playa, con una infraestructura hotelera de primera calidad. Está ubicada al extremo occidental del país; formando parte del conglomerado urbano de la puntilla de Santa Elena, es conocida por sus playas, por lo que la ciudad es considerada el balneario más importante del país.

LÍMITES.

Al norte: Océano Pacífico

Al sur: Océano Pacífico

Al este: La Libertad y Santa Elena

Al oeste: Océano Pacífico

EXTENSIÓN.

Total: 7.356,7 Has

Cabecera Cantonal (Área Urbana Salinas): 2.706,84 Has

Parroquia Rural: José Luis Tamayo: 3.676,02 Has

Parroquia Rural: Anconcito: 973.84 Has

DEMOGRAFÍA.

Población Total: 68.675 Hab.

CLIMA.

Salinas como parte de la faja costera debería tener un clima húmedo tropical, pero el influjo del mar, del que se halla casi rodeado y los vientos de la corriente fría de Humbolt, modifican notoriamente el clima de Salinas, que está muy lejos de ser ecuatorial, con temperaturas que oscilan en torno a los 24 grados, aumentando desde la orilla del mar hacia el interior.

Habitantes de la Provincia de Santa Elena.

CUADRO # 1

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres ****	Analfabetismo	Edad promedio
La Libertad	48.030	30,6%	47.912	31,6%	95.942	28.311	28.288	23.579	449,5	5,1%	27
Salinas	35.436	22,6%	33.239	21,9%	68.675	27.053	27.020	16.172	468,5	4,5%	26
Santa Elena	73.396	46,8%	70.680	46,6%	144.076	46.529	46.446	34.564	491,8	5,5%	27
Total	156.862	100%	151.831	100%	308.693	101.893	101.754	74.315			

* Particulares y colectivas ** Particulares *** Particulares ocupadas con personas presentes **** Niños menores de cinco años por 1000 mujeres en edad reproductiva (15 a 49 años)

Fuente: INEC

Elaboración: Galo Guale.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

En la presente investigación que se efectúa mediante situaciones económicas referentes a modelos de Asociatividad que se aplicó a los talleres de electrónica existentes en la parroquia José Luís Tamayo.

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Este trabajo de investigación está enmarcado dentro de la modalidad cualitativa-cuantitativa en razón que el problema, los objetivos y los datos a recabar tienen las dos dimensiones; esto es conocer necesidades y demás problemas que afectan a los técnicos electrónicos y el impacto hacia la sociedad en general que provocaría el desarrollo de esta actividad de una manera formal y responsable.

Rodríguez E. “Mogue dice que la investigación es una de las cualidades esenciales del ser humano a comprender y explicar el mundo que le rodea y buscar el sentido de las cosas”. (Pág. # 19)

Se utilizará el enfoque cuantitativo porque permite captar la realidad para hacer un análisis a través de muestras, con el fin de establecer con exactitud los patrones de comportamiento de una investigación. Mientras que en el cualitativo sirve para analizar la hipótesis, pero se basa en métodos de recolección de datos.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad del trabajo de grado que se utilizó en esta investigación, es el proyecto factible o de intervención, según Yépez E. (1995), recogido por Carlos Méndez, en su obra “Metodología Diseño y Desarrollo de la Investigación” coincidían en homogeneidad de criterios, tanto es así que este último, estima que el proyecto factible:

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 y procesos” Para la formulación y ejecución debe apoyarse en investigación de tipo documental, de campo o de diseño que incluya ambas modalidades. En la estructura de proyecto factible, debe constar las siguientes etapas: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución, análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del proyecto; y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y evaluación tanto del proceso como de resultados. El proyecto factible, como requisito para graduación, tiene dos posibilidades de expresarse. Pueden llegar hasta la etapa de las conclusiones sobre su viabilidad. Pueden consistir en la ejecución y evaluación de Proyectos Factibles presentados y aprobados por otros estudiantes (pág. # 116)

Es un proceso que mediante la aplicación de métodos científicos procura obtener información relevante y fidedigna para extender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento. La investigación científica orientada a la resolución de problemas; sin embargo, no todo problema es científico, para lo cual debe reunir algunas condiciones, las cuales sirven a su vez de criterios de evaluación.

Según la definición expresada en la cita, el trabajo se encuadra como un proyecto factible porque según la formulación del problema comprende la elaboración de una propuesta a fin de solucionar un problema o necesidad de un grupo o institución. Estos tipos de proyectos se fundamentan en investigaciones de tipo documental (bibliografías, Constitución, códigos, leyes, derecho comparado, libros, textos, revistas y otras).

En la estructura de la propuesta, debe constar las siguientes etapas: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del proyecto; y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y evaluación tanto del proceso como de sus resultados.

En la investigación que se está realizando, se refiere a solucionar el problema de calidad de servicio de los técnicos electrónicos de José Luis Tamayo las mismas que se realizaran a través de las siguientes técnicas:

- ✓ Utilización de técnicas cualitativas.
- ✓ Interpretación del problema o fenómeno de estudio.
- ✓ Es subjetiva, porque el investigador puede filtrar datos según su criterio.
- ✓ Conocimiento orientado a los procesos.

En este estudio no sólo va investigar sino que plantea una propuesta viable que conlleve a la solución del problema que se ha identificado considerando el apoyo de investigaciones de tipo documental y de campo, que permita establecer las pautas y características fundamentales teórica de la propuesta.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

En la presente investigación donde se analizara la incidencia de una propuesta, se toman a consideración los siguientes tipos de investigación:

Investigación Bibliográfica. Esta investigación, se sustenta en la lectura y análisis de libros, documentos, Internet, antecedentes de la realidad que afronta esta actividad objeto de estudio.

Consiste en el desarrollo de la investigación mediante la utilización de fuentes primarias y secundarias, Yépez E. (1995) considera que:

Constituye la investigación del problema determinado con el propósito de ampliar, profundizar y analizar su conocimiento producido éste por la utilización de fuentes primarias en el caso de documentos y secundarios en el caso de libros, revistas, periódicos y otras publicaciones. Este tipo de investigación tiene un ámbito determinado, su originalidad se refleja en el manejo de documentos y libros que permitan conocer, comparar y deducir los diferentes enfoques, criterios y conceptualizaciones, análisis,

conclusiones, recomendaciones de los diversos autores e instituciones estudiadas, con el propósito de ampliar el conocimiento y producir de nuevas propuestas, en el trabajo de tesis.

De acuerdo a los objetivos del problema propuesto, esta modalidad de investigación tiene mayor incidencia en la formulación teórica, conceptualización de nuevos modelos de interpretación, a partir de la confrontación de las teorías existentes con los datos empíricos de la realidad. Su aplicación se opera en estudios de Asociatividad comparada, cuando se procede al análisis de diferentes modelos o tendencias de realidades socioculturales diversas. En estudios geográficos, históricos, geopolíticos, literarios, entre otros. (pág. # 115).

Investigación de campo. Considerada como una de los tipos de investigación, que permite el estudio sistemático del problema de estudio en el lugar de los acontecimientos. Yépez E. (1995) manifiesta que la investigación de campo:

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

En esta modalidad de investigación el investigador toma contacto en forma directa con la empírica, para obtener datos directos a través de una observación. Para complementar la información se puede acudir, en algunos casos a fuentes secundarias.

En esta modalidad existe un grado mayor de subjetividad, dado que el sujeto está más relacionándose con la apariencia del problema antes que con la esencia. Existen diferentes tendencias en la taxonomía de la investigación, lo que ha producido varias definiciones en un metalenguaje particular, encontrándose entre estas: tipos de, niveles, carácter, teniendo relación con los objetivos: lugar, naturaleza, alcance, factibilidad. (Pág. # 115)

En la modalidad de investigación de campo, se utilizarán generalmente las entrevistas, la observación, encuestas, entre las más esenciales sin dejar de descartar aquellas técnicas que nos permitan afianzar las posibilidades de mejoramiento de la información para la propuesta.

Observación. Permite delimitar el ámbito geográfico del presente estudio y entrar en contacto con los involucrados, considerada como aquel proceso que permite obtener información directa.

Méndez Carlos E. (2006) La observación es un procedimiento importante en la investigación científica. En muchas circunstancias el economista, el administrador, el contador e investigadores de otras disciplinas se olvidan de emplear la observación como método de conocimiento por el cual debe obtenerse información, creyendo que ésta se encuentra solo en la encuesta o en las fuentes secundarias. (Pág. # 238).

Encuestas. Instrumento imprescindible e indispensable para elaborar el diagnóstico del problema o fenómeno a investigar, y así cuantificarlo y cualificarlo. Mediante la realización de las encuesta se puede obtener información y manera de pensar de potenciales clientes de la red asociativa electrónica.

Méndez Carlos E. (2006) La encuesta es la recolección de información mediante la encuesta se hace por medio de formularios, los cuales tienen aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos en relación con su objeto de investigación. (Pág. # 252).

En esta modalidad de investigación de campo, se conoce que es la manera descriptiva, en que se describe al fenómeno o hechos que acontecen en un objeto de estudio.

Entrevistas. En esta investigación, se realizó una entrevista a los técnicos involucrados en el presente proceso y mediante el dialogo planificado nos permitirá obtener información y profundizar un poco más lo que en algunas ocasiones no se puede establecer con la encuesta, se debe considerar que existen situaciones tangibles e intangibles que únicamente con la encuesta no se logra determinar. Las entrevistas se las realiza con la finalidad de establecer criterios respecto al nivel gerencial, claro está que se realiza a profesionales para obtener criterios relacionado con lo que se desea y de acuerdo al perfil de desempeño. Para el desarrollo y el éxito de la investigación depende de la calidad de la información que se adquiera, tanto de las fuentes primarias como de las secundarias así como del procesamiento y presentación de la información; para ello se deben considerar algunas técnicas de investigación para facilitar la obtención de información que se requiere.

2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

En el presente trabajo se considera los siguientes métodos.

Método deductivo.

Permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas, es decir que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general, se explican hechos o situaciones particulares. Es importante tener en cuenta algunos aspectos en relación con la inducción y deducción para su empleo en la investigación y en la referencia de los mismos en el diseño.

- ✓ Inducción y Deducción son dos métodos de conocimientos que no son incompatibles sino complementarios.
- ✓ Su definición permite al investigador identificar el orden que hay que seguir en la obtención de la información, al igual que las fuentes y la calidad de la misma.
- ✓ Aunque no son los únicos métodos, el conocimiento de realidades económicas, administrativas, contables y empresariales se ha fundamentado en el empleo de dichos métodos.
- ✓ El conocimiento puede ser inductivo – deductivo o deductivo – inductivo es importante que quien formula el estudio tenga claridad al respecto.

Método de análisis.

Análisis y síntesis son procesos que permiten al investigador conocer la realidad, por otro lado puede obtenerse a partir de la identificación de las partes que conforman el análisis como el resultado de ir aumentando el conocimiento de la realidad, iniciando con los elementos más simples y fáciles de conocer para ascender poco a poco gradualmente, al conocimiento de lo más complejo.

El análisis se inicia, su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad, de este modo podrá establecer las relaciones causa - efecto entre los elementos que componen su objeto de investigación.

Método de Síntesis.

Este método es la restauración de la descomposición que se ha realizado del análisis de los hechos y a la vez la combinación de las partes que se han analizado con el fin de descubrir la realidad y características del fenómeno que se está estudiando, que se sobre entiende que la síntesis que se realiza se da de acuerdo a la hipótesis de trabajo.

A través de esto tenemos una conclusión clara de la información que se ha obtenido de la institución, pero para trabajar con eficiencia se necesita ayuda de las encuestas y entrevistas que se efectúan a las personas indicadas que nos brinden información exacta y adecuada para el respectivo trabajo.

2.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Una técnica es un procedimiento que tiene como objetivo la obtención de un resultado determinado, ya sea en la ciencia, en la tecnología, en el arte o en cualquier otro campo. En otras palabras, una técnica es un conjunto de reglas, normas o protocolos que se utiliza como medio para llegar a un cierto fin, es más se considera las técnicas de campo y bibliográfica.

La técnica en investigación es un instrumento o medios que permite facilitar el procesamiento de la información en la investigación. Considerando los objetivos de la investigación en el presente trabajo se emplearán técnicas de tipo documental que suministran información básica de fuentes alineadas a la investigación y de instrumento de campo.

2.5.1 Técnicas Documentales.

Fichaje, El fichaje es una técnica utilizada especialmente por los investigadores. Es un modo de recolectar y almacenar información. Cada ficha contiene una información que, más allá de su extensión, le da unidad y valor propio. Se considera como aquel instrumento que facilita al investigador obtener información para el desarrollo de la investigación.

Lectura Científica, La lectura de textos científicos brinda información clara y necesaria sobre los fenómenos y permite que el investigador tenga sus propias conclusiones y una visión crítica frente al tema de investigación.

Mediante esta técnica permitirá ampliar el conocimiento científico del fenómeno en estudio, en este caso un conocimiento profundo de los técnicos electrónicos de la parroquia José Luís Tamayo de esta manera se realizaran conclusiones sobre el objeto, que permitan profundizar en el desarrollo de la investigación.

Análisis de contenido, Redacción y estilo: Aspectos relevantes que permitieron, la generación de conocimientos confiables lo que conllevará a la validez del trabajo de investigación considerando la diferente información que se obtenga de los diferentes instrumentos utilizados.

2.5.2 Técnicas de Campo.

Observación, La observación es el método fundamental que consiste en obtener información mediante la percepción intencionada y selectiva, ilustrada e interpretativa de un objeto de un fenómeno determinado.

Mediante esta herramienta de investigación, se permitirá obtener información directa de los procesos y funcionamiento de los talleres de electrónica y demás aspectos relevantes en el campo de desempeño.

Entrevista, se da cuando existe una conversación directa con uno de los profesionales para obtener información y profundizar el tema que se está investigando.

Mediante el dialogo planificado con los directivos y dueños de talleres de electrónica permitirá obtener información y profundizar en el tema de la investigación, para poder estructurar la propuesta de un Plan de Asociatividad.

Encuesta, es una de las técnicas más aplicada para conocer los sucesos en el mercado y sobre todo se obtienen datos reales y eficientes para el investigador.

Instrumento guía para la recolección de información establecido en preguntas formales a los encuestados, mediante el cual se establece el diagnóstico, la factibilidad y la propuesta del presente plan de Asociatividad.

2.5.3 Instrumentos.

El investigador también necesita ciertas herramientas o instrumentos que le permitan recopilar datos de la realidad para probar sus hipótesis, pues no sería conveniente que los recopilara en base a sus cálculos los instrumentos más conocidos y los que proporcionan información más valiosa al investigador son los instrumentos de medición.

La medición es una actividad muy importante cuando se trata de conocer la naturaleza de los fenómenos que proporcionan información precisa acerca de sus características.

Los instrumentos de investigación, para su respectiva recolección de información se realizará en función de las necesidades del estudio y el objetivo propuesto en la presente investigación, con el diseño de los cuestionarios alineados al objeto permitirá la obtención de información veraz y confiable. Los instrumentos se validarán mediante el juicio de dos expertos.

Instrumentos

CUADRO # 2

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Registro de observación
Entrevista	Guion de Entrevistas
Encuesta	Cuestionarios

Fuente: Galo Guale

Elaboración: Galo Guale.

La aplicación de los instrumentos se fundamenta a través de un cuestionario de preguntas de tipo cerradas para que faciliten su codificación, ya que se indicara a los encuestados, entrevistados que elijan la respuesta en una lista de opciones, que se desglosaran en escala de tipo Likert.

- Siempre.
- A Menudo.
- A veces.
- Casi Nunca.
- Nunca.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.

Población. Es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales, compuestas por personas o cosas.

Hernández (2006). Fernández C. (2003) manifiesta que "La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones" (Pág. # 304).

La población objeto de estudio en la presente investigación, son: los técnicos electrónicos, locales que se dedican a la venta de repuestos y la población de la Parroquia José Luís Tamayo en el papel de clientes. El universo del presente trabajo está conformado por 68.711 como lo demuestra es siguiente cuadro:

Población.

CUADRO # 3

Elementos.	#
Técnicos Electrónicos.	20
Locales que venden repuestos.	16
Población Cantón Salinas	68.675
Total	68.711

Fuente: Galo Guale.
Elaboración: Galo Guale.

Muestra. Es aquella parte representativa de la población, o considerado como el subconjunto del conjunto población. Aunque existen autores que, consideran a la muestra desde dos puntos de vista. La una como muestra con enfoque cualitativo y la otra como muestra cuantitativa. Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo.

Según Hernández F (2006) “Metodología de la investigación” Editorial McGraw-Hill, 4ta. Edición. El enfoque cualitativo es la “unidad de análisis o conjunto de personas, contextos, eventos o sucesos sobre el (la) cual se recolecta los datos sin que necesariamente sea representativa y la muestra con enfoque cuantitativo, es el subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y deben ser representativos de la población” (Pág. # 120).

Álvarez Carlos M. El muestreo permite al investigador, seleccionar las unidades de la población a las que se requerirá información e interpretar resultados con el fin de estimar los parámetros de la población sobre la que se determina la muestra para probar hipótesis. (Pág. # 282).

Existen dos Tipos de Muestra:

LA MUESTRA PROBABILÍSTICA.

Considerado como aquellos elementos que tienen la misma posibilidad de ser elegidos. De esto se deduce que en la probabilística requiere que la fórmula que viabilice la investigación. Los principales tipos de muestreo probabilísticos son: aleatorio simple, aleatorio estratificado, sistemático, por conglomerados.

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

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

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

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

LA MUESTRA NO PROBABILÍSTICA.

Se caracteriza, no por la probabilidad, sino más bien por las características de la investigación. De lo anotado, se corrige que la muestra probabilística requiere de fórmula que viabilice la investigación, en cambio la probabilidad negativa, no requiere de fórmula, sino más bien está en función de la investigación.

La muestra no probabilístico, se divide en muestreos por: conveniencia, criterio y cuotas. El muestreo por cuotas, según criterio de Carlos Méndez, en su obra Metodología, Diseño y Desarrollo de la Investigación, nos previene de cómo tomar la cuota respectiva para la muestra y dice: "La muestra se determina teniendo el cuidado de incluir en ella un número específico de elementos que, por su representatividad dentro del grupo elegido, se cree que afectan el tema de investigación".

En el presente trabajo se realizó, considerando el muestreo por criterio. Méndez C. (2003) considera: "El muestreo por criterio, son seleccionados los elementos de acuerdo con el criterio de quien determina la muestra y considera que son los más representativos de la población" (Pág. # 184).

Para el cálculo de la muestra se estableció en función del muestreo por criterio, por las características propias de la investigación y la dispersión de los datos, la misma que bajo la consideración del autor se ha establecido lo siguiente:

Muestreo por conveniencia: Se toma la muestra de las poblaciones accesibles, un ejemplo pueden ser las muestras de la composición de la superficie de la luna que han recogido los astronautas; como es imposible acceder con la misma facilidad a cualquier punto de dicho satélite, el único muestreo posible es por conveniencia.

Méndez Carlos E. (2006) Es la selección de los elementos se deja a los investigadores y a quienes aplican el cuestionario. Esto se selecciona los elementos, dada la facilidad de acceso o la conveniencia. Pág. # 284.

Muestreo según criterio: Como su nombre lo indica, se usa el criterio del investigador para decidir cuál elemento elegir para la muestra, según se crea representa mejor a la población.

Méndez Carlos E. (2006) Se seleccionan los elementos de acuerdo con el criterio de quien determina la muestra y considera que son los más representativos de la población. Pág. # 285.

Muestreo por cuotas: Se asienta generalmente sobre la base de un buen conocimiento de los estratos de la población y/o de los individuos más “representativos” o “adecuados” para los fines de la investigación. Mantiene, por tanto, semejanzas con el muestreo aleatorio estratificado, pero no tiene el carácter de aleatoriedad de aquel.

Méndez Carlos E. (2006) Es bastante utilizado en investigación de mercados, cuando se quiere tener conocimiento acerca de la opinión que pueden tener aquellas personas que por su características, se definen como el segmento de mercado. (Pág. # 285).

En este tipo de muestreo se fijan unas “cuotas” que consisten en un número de individuos que reúnen determinadas condiciones. En este caso se aplicará la muestra no probabilística por la investigación que se está realizando y por lo tanto se trabajará por criterio.

Muestra.

CUADRO # 4

Elementos.	#
Técnicos Electrónicos.	20
Locales que venden repuestos.	10
Cantón Salinas (Muestra)	206
Total	236

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale

Cálculo de “n”

Datos.

$$n = 68711$$

$$p = 0.84$$

$$q = 0.16$$

$$Me = 0.05$$

$$Nc = 0.95$$

$$Z = 1.96$$

$$n = Z^2_a \frac{N.p.q}{t(N - 1) + Z^2_a.p.q}$$

DESARROLLO:

$$n = (1,96)^2 \frac{68675 * 0,84 * 0,16}{(0,05)^2 * (68675 - 1) + (1,96)^2 * 0,84 * 0,16}$$

$$n = (3,8416) \frac{9229,92}{(0,0025) (68674) * (3,8416) * 0,1344}$$

$$n = (3,8416) \frac{9229,92}{171,685 + 0,11311104}$$

$$n = (3,8416) \frac{9229,92}{171,79811104}$$

$$n = 3,8416 * 53,72538699130973$$

$$n = 206,3914$$

CAPÍTULO III.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

3.1. Procedimiento de la investigación.

Para conseguir la información y obtener datos reales se consideró pertinente realizar trabajos con los instrumentos, primero fue la observación, instrumento que dio como resultado el conocimiento del ambiente laboral que se desarrolla en los pequeños talleres de electrónica existentes en la parroquia José Luís Tamayo. El segundo paso fue realizar las encuestas, instrumento que no fue tan complicado ya que tengo conocimiento en la actividad que realizan los talleres de electrónica y por lo general a diario trato con personas a fines con esta actividad. Es muy importante mencionar que en la asociatividad que se pretende realizar un sistema de mejoras continua en el servicio técnico, mejorar la tecnología e infraestructura lo que permitiría un mejor posicionamiento en el mercado y estar en capacidad de competir con los grandes servicios técnicos.

3.2. Análisis e interpretación de resultados.

Una vez que se revisaron y validaron los instrumentos de investigación por expertos se realizaron pruebas pilotos que nos permitió conocer las deficiencias que pueden existir en el presente estudio, lo que nos permite a la vez corregir las falencias existentes para poder realizarlos de la mejor manera y que los resultados obtenidos sean verídicos y de confiabilidad. Las encuestas han sido aplicadas a los dueños de talleres de electrónica, proveedores y clientes vinculados a la actividad de servicio electrónico el mismo que permite tener conocimiento del direccionamiento que debe de seguir los mencionados talleres con el único fin de sobresalir en un mercado netamente competitivo.

Culminado este proceso, se procede a tabular la información de acuerdo a los ítems, se elaboran tablas de distribución para verificar cuales son los resultados que nos han arrojado las encuestas para la propuesta que se está realizando para los mencionado talleres que desean asociarse.

Los datos que nos muestran las tablas estadísticas, se elaboran gráficos de barras con sus respectivos porcentajes, diferenciando cada uno de los datos que se presentan para tomar las decisiones correctas. La última fase comprende el análisis e interpretación de resultados, que se lo conoce que posee tres partes: La primera descripción del ítem, la segunda el análisis de datos y la tercera las conclusiones y recomendaciones.

3.3. Análisis de las entrevistas.

Organización del Trabajo.

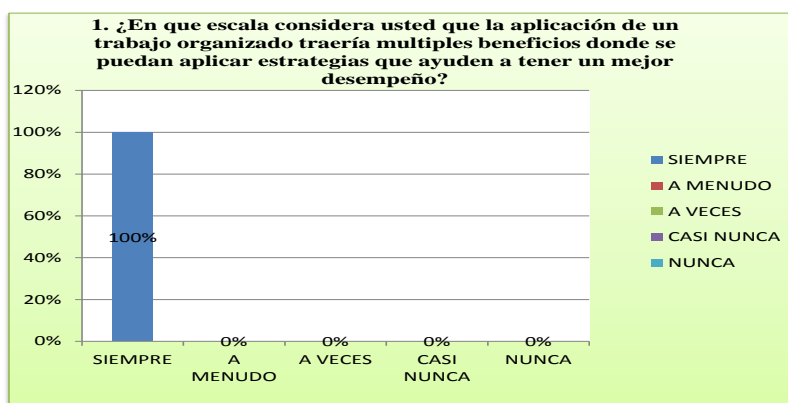
CUADRO # 5

1. ¿En que escala considera usted que la aplicación de un trabajo organizado traería multiples beneficios donde se puedan aplicar estrategias que ayuden a tener un mejor desempeño?			
ITEM	VALORACIÓN	TÉCNICOS ELECTRÓNICOS	
		f	%
1	SIEMPRE	20	100%
	A MENUDO	0	0%
	A VECES	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Organización del Trabajo.

GRÁFICO # 2



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Permite conocer si los involucrados están conscientes que la aplicación de un plan asociativo generaría beneficios que ayuden y motiven a un desempeño adecuado en sus actividades técnicas. En los resultados de las entrevistas aplicadas hay un 100% absoluto, que están seguro que traería los beneficios esperados, como lo podemos constatar los involucrados se inclina que la aplicación de esta modalidad asociativa traería consigo grandes beneficios de vital importancia para el desarrollo socioeconómico de la Provincia de Santa Elena.

Políticas Establecidas.

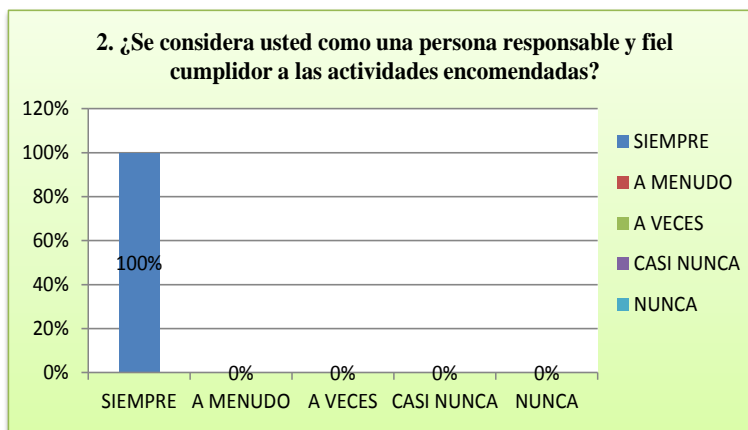
CUADRO # 6

2. ¿Se considera usted como una persona responsable y fiel cumplidor a las actividades encomendadas?			
ITEM	VALORACIÓN	TÉCNICOS ELECTRÓNICOS	
		f	%
2	SIEMPRE	20	100%
	A MENUDO	0	0%
	A VECES	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Políticas Establecidas.

GRÁFICO # 3



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Permite conocer el grado de autoestima referente a la responsabilidad hacia las obligaciones adquiridas. En los resultados de las entrevistas aplicadas existe un 100% de los entrevistados que se consideran como personas cabales en sus funciones encomendadas. Lo que es un factor importante para el desempeño de sus actividades, considerándose como necesario en este caso mayor motivación e implementación de recursos con el fin de cumplir en el 100% las tareas asignadas y de esta manera gozar de la aceptación de los clientes.

Participación Voluntaria.

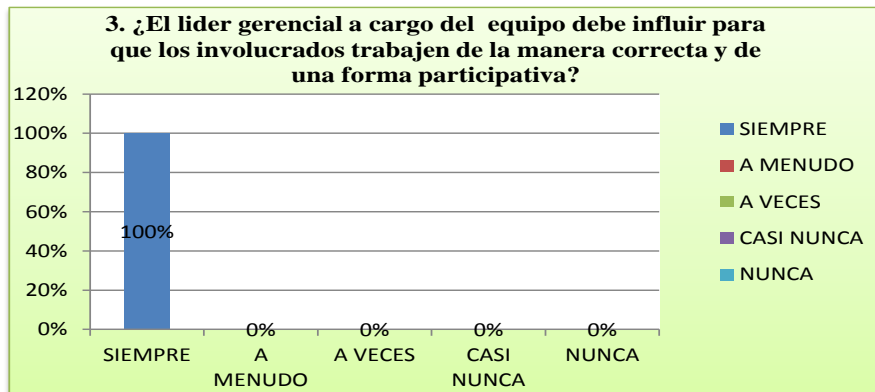
CUADRO # 7

3. ¿Si los talleres de electrónica trabajan de forma eficiente usted con que frecuencia llevaría su equipo para el respectivo chequeo ya que se siente motivado por el excelente servicio brindado?			
ITEM	VALORACIÓN	CLIENTE	
		f	%
3	SIEMPRE	106	49%
	A MENUDO	103	48%
	A VECES	7	3%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	216	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Participación Voluntaria.

GRÁFICO # 4



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Permite conocer a la persona que guía al grupo asociativo hacia el éxito, tiene que influir en los involucrados y gozara de una aceptación por su responsabilidad adquirirá y compartida. En los resultados de las entrevistas aplicadas hay un 100% que se inclinan por el rango de siempre. Como podemos constatar en los resultados obtenidos un líder es de vital importancia en cada proceso ya que realizar asociatividad requiere de carácter y fortaleza para poder guiar a un grupo de personas que persiguen un mismo objetivo y para que exista un compromiso y participación general.

Mantener sus propios ideales.

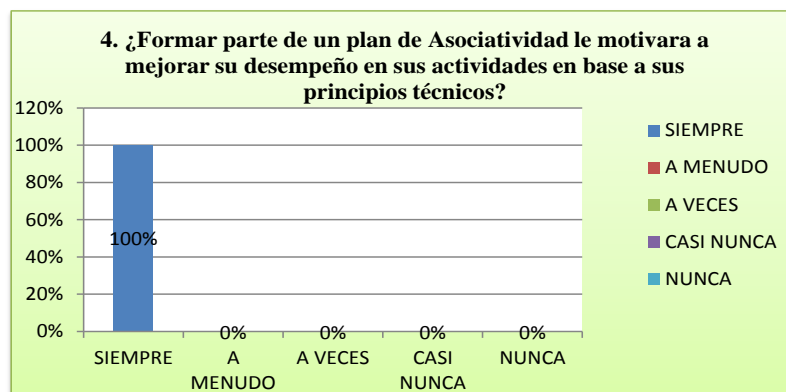
CUADRO # 8

4. ¿Formar parte de un plan de Asociatividad le motivara a mejorar su desempeño en sus actividades en base a sus principios técnicos?			
ITEM	VALORACIÓN	TÉCNICOS ELECTRÓNICOS	
		f	%
4	SIEMPRE	20	100%
	A MENUDO	0	0%
	A VECES	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL		20

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Mantener sus propios ideales.

GRÁFICO # 5



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Permite conocer que tan importante es la motivación hacia el personal para el desarrollo de las actividades con eficiencia y eficacia dentro de un modelo asociativo. Como podemos constatar en los resultados obtenidos el mayor porcentaje se centra en que es indispensable la motivación en las personas vinculadas al servicio técnico ya que influye en el desarrollo de sus actividades cotidianas. Un trabajador motivado en diferentes maneras y con un líder capacitado, podrá ejercer sus labores con mayor productividad.

Trabajo en Equipo.

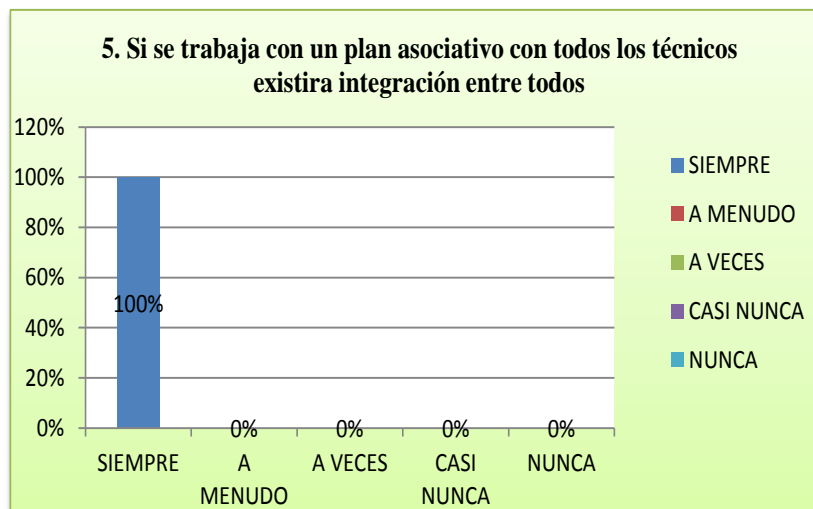
CUADRO # 9

5. ¿Si se trabaja en base a un plan asociativo con los técnicos electrónicos existira integración y por ende un excelente ambiente laboral?			
ITEM	VALORACIÓN	TÉCNICOS ELECTRÓNICOS	
		f	%
5	SIEMPRE	20	100%
	A MENUDO	0	0%
	A VECES	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Trabajo en Equipo.

GRÁFICO # 6



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Permite conocer si los involucrados consideran que se debe de aplicar un sistema de comunicación fluido que fomente un ambiente de cordialidad y respeto. Como podemos constatar en los resultados obtenidos el 100% está de acuerdo en que se debe implantar un plan asociativo que busque fomentar un buen clima organizacional.

3.4. Análisis de las encuestas.

Satisfacción a los clientes.

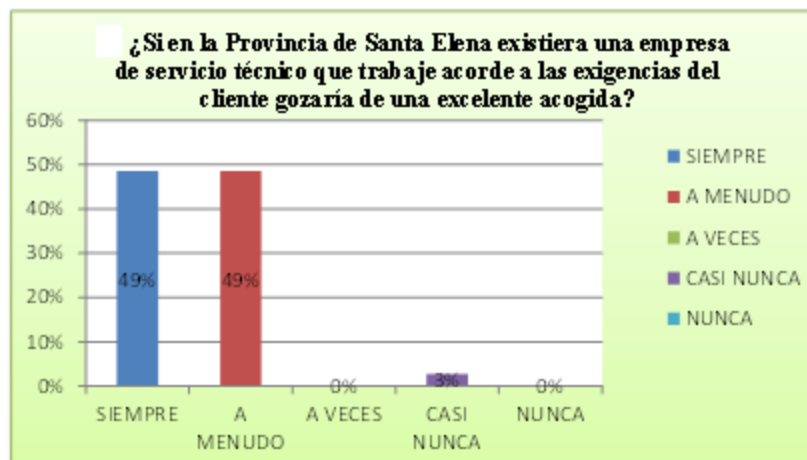
CUADRO # 10

1. ¿Si en la Provincia de Santa Elena existiera una empresa de servicio técnico que trabaje acorde a las exigencias del cliente gozaría de una excelente acogida?			
ITEM	VALORACIÓN	CLIENTE	
		f	%
1	SIEMPRE	105	49%
	A MENUDO	105	49%
	A VECES	0	0%
	CASI NUNCA	6	3%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	216	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Satisfacción a los clientes.

GRÁFICO # 7



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Permite conocer si los encuestados darían preferencias a una empresa que trabaje acorde a sus expectativas como es un servicio de calidad. En las encuestas aplicadas el 49% se inclinan hacia el rango siempre, de igual porcentaje se encuentra el rango a menudo; finalmente solo el 3% considera el rango casi nunca. Por lo que es conveniente de que los técnicos tomen muy en cuenta las exigencias de la comunidad peninsular.

Recursos.

CUADRO # 11

2. ¿En qué escala de aceptación estaría si los talleres contarán con los recursos necesarios para mejorar el desarrollo de las actividades diarias?			
ITEM	VALORACIÓN	CLIENTE	
		f	%
2	SIEMPRE	101	47%
	A MENUDO	100	46%
	A VECES	7	3%
	CASI NUNCA	5	2%
	NUNCA	3	1%
	TOTAL	216	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Recursos.

GRÁFICO # 8



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale

Permite conocer el grado de aceptación de esta actividad cuando se trabaja con los recursos necesarios. En los resultados de las encuestas aplicadas hay un 47% inclinados hacia el rango siempre, el 46% por el rango a menudo; el 3% opta por el rango a veces; el 2% hacia el rango casi nunca y finalmente solo el 1% se inclina hacia el rango nunca, es decir la mayor parte de los encuestados están seguros que traería los beneficios esperados si se trabaja con los recursos y herramientas apropiadas.

Eficiencia, Eficacia y efectividad.

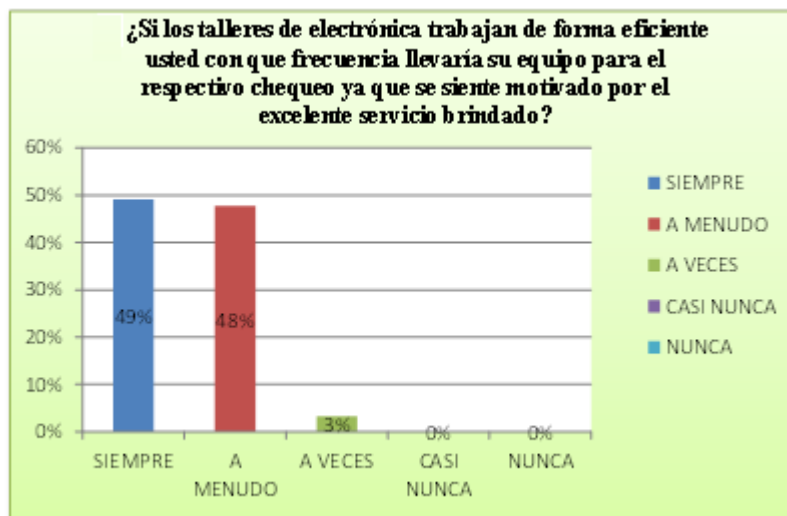
CUADRO # 12

3. ¿Si los talleres de electrónica trabajan de forma eficiente usted con que frecuencia llevaría su equipo para el respectivo chequeo ya que se siente motivado por el excelente servicio brindado?			
ITEM	VALORACIÓN	CLIENTE	
		f	%
3	SIEMPRE	106	49%
	A MENUDO	103	48%
	A VECES	7	3%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	216	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Eficiencia, Eficacia y efectividad.

GRÁFICO # 9



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale

Permite conocer si el servicio que ofrecen los talleres de electrónica satisface las expectativas de sus potenciales clientes. En los resultados de las encuestas aplicadas hay un 49% que se inclinan al rango siempre; y el 48% hacia el rango de a menudo, finalmente solo el 3% se inclina hacia el rango a veces lo que es beneficioso para el presente proyecto, por lo tanto los técnicos electrónicos deben trabajar de manera eficiente si desean competir en el mercado peninsular.

Componentes de la Calidad.

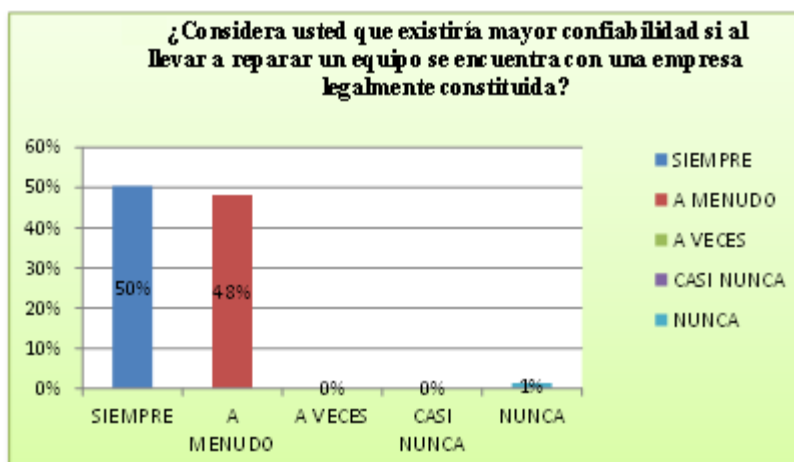
CUADRO # 13

4. ¿Considera usted que existiría mayor confiabilidad si al llevar a reparar un equipo se encuentra con una empresa legalmente constituida?			
ITEM	VALORACIÓN	CLIENTE	
		f	%
4	SIEMPRE	109	50%
	A MENUDO	104	48%
	A VECES	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	3	1%
	TOTAL	216	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Componentes de la Calidad.

GRÁFICO # 10



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Permite conocer si la innovación es importante para subsistir en el mercado. En los resultados de las encuestas hay un 49% que se inclinan hacia el rango de siempre, el 48% por el rango a menudo y tan solo el 3% manifiesta que a veces. Esto indica que es un factor de vital importancia en esta modalidad, pues les permite mantenerse en el mercado y hacer frente a la competencia, siempre y cuando realicen innovaciones con el único objetivo de complementar el servicio que ofrecen y sea de calidad.

Modelos de Calidad.

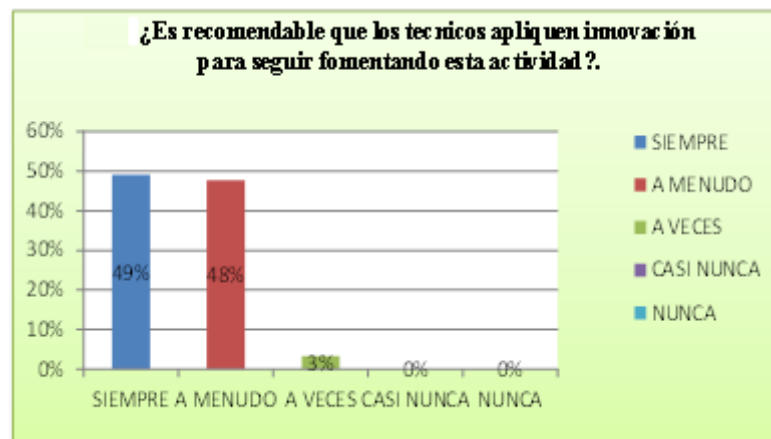
CUADRO # 14

5. ¿Es recomendable que los técnicos apliquen innovación para seguir fomentando esta actividad?			
ITEM	VALORACIÓN	CLIENTE	
		f	%
5	SIEMPRE	106	49%
	A MENUDO	103	48%
	A VECES	7	3%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	216	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Modelos de Calidad.

GRÁFICO # 11



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Permite conocer si los encuestados consideran de vital importancia que las personas responsable de los servicios técnicos estén capacitadas acorde a los desafíos tecnológicos. En los resultados de las encuestas aplicadas el 51% se inclina por la opción siempre, el 49% por el rango a menudo. Por lo tanto es necesario y relevante que las personas que conformen este nuevo grupo de trabajo se instruyan y capaciten con el fin de ofrecer un buen servicio, lo que traerá consigo mayor número de clientes.

Medición.

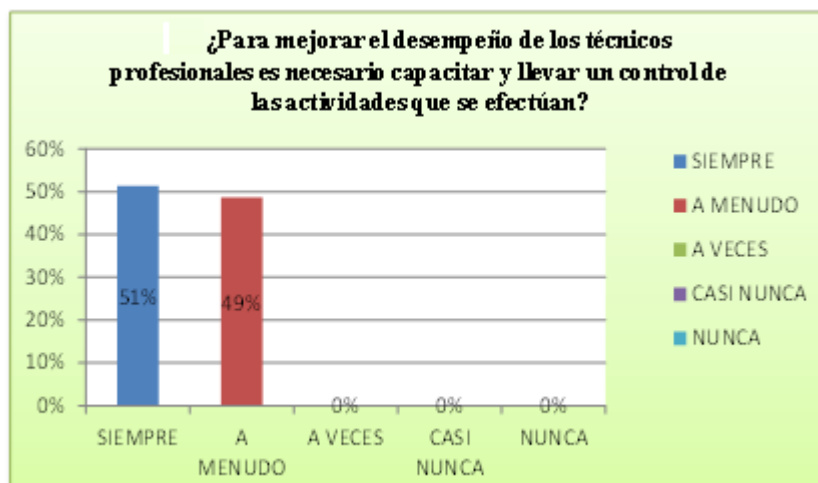
CUADRO # 15

6. ¿Para mejorar el desempeño de los técnicos profesionales es necesario capacitar y llevar un control de las actividades que se efectúan?			
ITEM	VALORACIÓN	CLIENTE	
		f	%
6.	SIEMPRE	111	51%
	A MENUDO	105	49%
	A VECES	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	216	100%

Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Medición.

GRÁFICO # 12



Fuente: Dueños de talleres electrónicos involucrados.
Elaboración: Galo Guale.

Permite conocer si los encuestados consideran de vital importancia que las personas responsable de los servicios técnicos estén capacitadas acorde a los desafíos tecnológicos. En los resultados de las encuestas aplicadas el 51% se inclina por la opción siempre, el 49% por el rango a menudo. Por lo tanto es necesario y relevante que las personas que conformen este nuevo grupo de trabajo se instruyan y capaciten con el fin de ofrecer un buen servicio, lo que traerá consigo mayor número de clientes.

3.5 HIPÓTESIS.

3.5.1 Comprobación de Hipótesis Chi Cuadrada

VARIABLE INDEPENDIENTE

Organización del Trabajo.

CUADRO # 16

Trabajo Cooperativo	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Organización del trabajo.	20	0	0	0	0
Promedio	20	0	0	0	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Políticas Establecidas.

CUADRO # 17

Independencia Jurídica.	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Políticas Establecidas.	20	0	0	0	0
Promedio	20	0	0	0	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Participación Voluntaria.

CUADRO # 18

Mecanismos de Cooperación.	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Participación Voluntaria.	20	0	0	0	0
Promedio	20	0	0	0	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Mantener sus Propios Ideales.

CUADRO # 19

Autonomía Gerencial	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Mantener sus propios ideales	20	0	0	0	0
Promedio	20	0	0	0	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Trabajo en Equipo.

CUADRO # 20

Esfuerzo conjunto	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Trabajo en Equipo	20	0	0	0	0
Promedio	20	0	0	0	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Resumen de la Variable Independiente

CUADRO # 21

Dimensiones	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Organización del trabajo.	20	0	0	0	0
Políticas Establecidas.	20	0	0	0	0
Participación Voluntaria.	20	0	0	0	0
Mantener sus propios ideales	20	0	0	0	0
Trabajo en equipo	20	0	0	0	0
Promedio	20	0	0	0	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

VARIABLE DEPENDIENTE**Satisfacción al Cliente.****CUADRO # 22**

Atención	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Satisfacción al Cliente	105	105	0	6	0
Promedio	105	105	0	6	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Recursos.**CUADRO # 23**

Recursos	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Humanos, Físicos, Materiales.	101	100	7	5	3
Promedio	101	100	7	5	3

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Eficiencia, Eficacia y efectividad.**CUADRO # 24**

Calidad	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Eficiencia, Eficacia y efectividad	106	103	7	0	0
Promedio	106	103	7	0	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Componentes de Calidad.**CUADRO # 25**

Características	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Componentes de Calidad	106	103	7	0	0
Promedio	106	103	7	0	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Modelos de Calidad.

CUADRO # 26

Estrategias.	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Modelos de Calidad.	109	104	0	0	3
Promedio	109	104	0	0	3

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Medición.

CUADRO # 27

Aseguramiento del Resultado.	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Medición	111	105	0	0	0
Promedio	111	105	0	0	0

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Resumen de la Variable Dependiente

CUADRO # 28

Dimensiones	Valoración				
	S	AM	AV	CN	N
Satisfacción al Cliente	106	103	7	0	0
Recursos	101	100	7	5	3
Eficiencia, Eficacia y Efectividad	106	103	7	0	0
Componentes de Calidad	105	105	0	6	0
Modelos de Calidad.	109	104	0	0	3
Medición	111	105	0	0	0
Promedio	106	103	4	2	1

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Resumen de la Variable Independiente y Dependiente

CUADRO # 29

VARIABLES	S	AM	AV	CN	N	TOTALES
INDEPENDIENTE	106	103	4	2	1	216
DEPENDIENTE	20	0	0	0	0	20
TOTALES	126	103	4	2	1	236

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Cálculo Frecuencia Esperada

CUADRO # 30

$\frac{F1XC1}{T}$	$= \frac{216 \times 126}{236}$	$= 115,63$
$\frac{F2XC1}{T}$	$= \frac{20 \times 126}{236}$	$= 10,71$
$\frac{F1XC2}{T}$	$= \frac{216 \times 103}{236}$	$= 94,58$
$\frac{F2XC2}{T}$	$= \frac{20 \times 103}{236}$	$= 8,76$
$\frac{F1XC3}{T}$	$= \frac{216 \times 4}{236}$	$= 3,20$
$\frac{F2XC3}{T}$	$= \frac{20 \times 4}{236}$	$= 0,30$
$\frac{F1XC4}{T}$	$= \frac{216 \times 2}{236}$	$= 1,68$
$\frac{F2XC4}{T}$	$= \frac{20 \times 2}{236}$	$= 0,16$
$\frac{F1XC5}{T}$	$= \frac{216 \times 1}{236}$	$= 0,92$
$\frac{F2XC5}{T}$	$= \frac{20 \times 1}{236}$	$= 0,08$

Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Guale González

Resumen de Resultados de Frecuencias Esperadas y Observadas

CUADRO # 31

Variables	S	AM	AV	CN	N	TOTALES
INDEPENDIENTE	nio = 106	nio = 103	nio = 4	nio = 2	nio = 1	216
	=115.63	94.58	3.20	1.68	0.92	
DEPENDIENTE	nio = 20	nio = 0	nio = 0	nio = 0	nio = 0	20
	nie = 10.71	8.76	0.30	1.16	0.08	
Totales	126	103	4	2	1	236

Fuente: Técnicos Electrónicos.
 Autor: Galo Guale González

Chi Cuadrada

CUADRO # 32

$X^2 =$	$\frac{(nio - nie)^2}{Nie}$		
$X^2 =$	$\frac{(106 - 115.63)^2}{115.63}$	=	0,7470
$X^2 =$	$\frac{(20 - 10.71)^2}{10.71}$	=	8,0677
$X^2 =$	$\frac{(103 - 94.54)^2}{94.54}$	=	0,8108
$X^2 =$	$\frac{(0 - 8.76)^2}{8.76}$	=	8,7571
$X^2 =$	$\frac{(4 - 3.20)^2}{3.20}$	=	0,0275
$X^2 =$	$\frac{(0 - 0.30)^2}{0.30}$	=	0,2966

$\chi^2 =$	$\frac{(2 - 1.68)^2}{1.68}$	$=$	0,0144
$\chi^2 =$	$\frac{(0 - 0.16)^2}{0.16}$	$=$	0,1554
$\chi^2 =$	$\frac{(1 - 0.92)^2}{0.92}$	$=$	0,0078
$\chi^2 =$	$\frac{(0 - 0.08)^2}{0.08}$	$=$	0,0847
	TOTAL	=	18,96902

Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Guale González

9.49

La **Chi Cuadrada** calculada es de **18,96902**

Para poder calcular la CHI CUADRADA, primero se debe de calcular el grado de libertad, para esto se procede a realizar la siguiente fórmula tomando en consideración el margen de error que es el 5%

$$\begin{array}{r}
 \text{Filas} \quad 2 \quad - \quad 1 \quad = \quad 1 \\
 \text{Columnas} \quad 5 \quad - \quad 1 \quad = \quad \mathbf{X} \quad 4 \\
 \hline
 \hline
 4 \quad \text{Grados de libertad}
 \end{array}$$

Puede usarse para probar la existencia de una diferencia significativa entre un número observado de objetos o respuesta de cada categoría y un número esperado, basado en la hipótesis nula.

Además nos indica si existe o no relación entre las variables, pero no indica el grado o el tipo de relación: es decir, no expresa el porcentaje de influencia de una variable sobre la otra o la variable que causa la influencia. Después de haber obtenido el valor de los grados de libertad, se procede a revisar en la tabla de la CHI CUADRADA (ver anexo), donde se escoge el nivel de confianza pero se debe de tener claro si el valor de la chi cuadrada es superior al de la tabla, se conoce que la hipótesis de trabajo es aceptada y se rechaza la hipótesis nula.

3.5.2. Conclusiones.

Una vez obtenidos los diferentes resultados de las encuestas y entrevistas que se realizaron a las personas involucradas en la actividad técnica de reparación de electrodomésticos nos permite visualizar la realidad y la forma de trabajar de estas personas y se llega a la conclusión de los puntos que se detallan a continuación.

- Las personas encargadas de las reparaciones de electrodomésticos y demás aparatos electrónicos deben ser responsables, es decir cumplir con el servicio en la fecha indicada por los mismos.
- Mejorar los recursos con los que disponen con el fin de ofrecer un mejor servicio y por ende obtener mejores ingresos.
- La innovación es de vital importancia para toda empresa, personas o grupos de personas pues permite mantenerse en el mercado, además está directamente relacionada con la competitividad, por lo tanto los técnicos electrónicos deben actualizar varios de sus equipos y procedimientos.
- Siempre es indispensable llevar un control de cada una de las actividades que se realicen para poder corregir los errores a tiempo, en este punto de muy importante la opinión de los clientes ya que son ellos quienes evalúan el desempeño de la institución.
- El trabajo de los técnicos electrónicos mejoraría de manera favorable si se labora mediante un mecanismo de cooperación que disminuya no solo los costos de materia prima sino también proporcione una imagen formal ante los clientes.

- Los servicios prestados por los técnicos deben de ser de calidad, con el fin de que los usuarios se sientan satisfechos con el trato recibido y con la garantía de que sus artefactos funcionen sin ningún inconveniente.
- Contar con un líder es de vital importancia en un grupo de trabajo, pues esta persona se encargará de motivar y colaborar en diferentes aspectos a los técnicos con el fin de ofrecer un servicio garantizado.
- Conocer cuáles serán los parámetros de una alianza con el fin de que no existan inconvenientes futuros, para que de esta manera exista continuidad con el grupo que se ha establecido.

3.5.3. Recomendaciones.

Los técnicos electrónicos no tienen los conocimientos necesarios para establecer una correcta administración de las actividades que realizan, para ello se debe definir la razón de ser de la institución y la forma en la que contribuyen al desarrollo social de la Provincia de Santa Elena.

- ✓ Optimizar los recursos institucionales y aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado tecnológico que cada día es más competitivo.
- ✓ En una Asociatividad el ingreso de cada socio debe ser seleccionado minuciosamente ya que se está jugando el prestigio institucional ya que los clientes requieren de un servicio personalizado y profesional.
- ✓ Los avances tecnológicos conllevan a que las instituciones se adapten a dichos cambios es decir la innovación es parte del proceso que se debe regir en la actividad técnica ya que cada día aparecen nuevos métodos para optimizar los procedimientos de reparación.
- ✓ Se debe planificar capacitaciones constantes a los involucrados en la presente tesis ya que perfeccionar los conocimientos fortalece la eficiencia y eficacia.
- ✓ Designar un líder entre los diferentes técnicos eléctricos con el fin de que se convierta en una fortaleza para este grupo, proporcionándoles motivación y guiándoles en las diferentes dudas que se les presente.
- ✓ Mejorar la calidad de los servicios que ofrecen los técnicos es de vital importancia para de esta manera contar con la fidelidad de los clientes al ofrecer garantía de los trabajos realizados.

- ✓ Establecer de manera clara y sencilla las políticas de un mecanismo de trabajo para que las operaciones se realicen de manera adecuada y se persiga un objetivo común.

- ✓ Por todos estos puntos se llega a determinar que para poder subsistir en este mercado es vital realizar trabajos en equipo y la solución más adecuada es un Plan de Asociatividad para los Técnicos Electrónicos de la Parroquia José Luis Tamayo.

CAPÍTULO IV.

PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO TÉCNICO BRINDADO.

El presente trabajo de investigación desarrollado conociendo las necesidades de los técnicos electrónicos del Cantón Salinas parroquia José Luis Tamayo, está elaborado tomando como referencia los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas a las personas involucradas.

ASOCIACIÓN DE PERSONAS QUE SE DEDICAN A LA REPARACIÓN DE EQUIPOS ELECTRÓNICOS.

4.1. Descripción de la asociación.

Los Técnicos electrónicos de la Parroquia José Luís Tamayo desean estar legalmente constituidos con la finalidad de fortalecer los conocimientos técnicos de las personas involucradas. Los beneficios de tener vida jurídica son indispensables ya que con ello se abren muchas puertas como el apoyo gubernamental. La principal virtud del plan de asociatividad es unificar a las personas que se dedican a esta actividad, con la finalidad de forman un grupo consolidado y fortalecer el trabajo en equipo y crear una imagen institucional.

4.2. Introducción y zona geográfica del trabajo.

En la Provincia de Santa Elena se encuentra una gran infraestructura hotelera, Refinería de Petróleo, Aeropuerto y Puerto Marítimo. Las aguas del océano son ricas en productos marítimos. Los recursos económicos de la población provienen del trabajo, además de la explotación de pozos de sal, la pesca artesanal actividad significativa tanto en el consumo doméstico como en la industria peninsular.

La Península de Santa Elena es considerada la cuna de los hermosos balnearios de la Costa del Pacífico. Su extensión es de 3.762,8 km² se encuentra ubicada a 120 Km al este de la ciudad de Guayaquil y a 540 km suroeste de la capital del Ecuador, su capital es Santa Elena, su población es de 308.693 habitantes, el clima es agradable por la frescura de la brisa marina.

En la Provincia de Santa Elena, es necesario la existencia de una empresa capacitada para realizar Mantenimiento, Reparación y Venta de equipos en la industria, oficinas y en el hogar de una manera eficaz brindar un servicio de calidad aconsejando y orientado con la finalidad de liderar el mercado de reparación y mantenimiento.

La asociatividad estará ubicada en la Provincia de Santa Elena, Cantón Salinas, Parroquia José Luis Tamayo, Barrio El Paraíso, Av. 24 de Septiembre entre calle 14 y 15. Cabe recalcar que ésta ubicación ha sido considerada, ya que en éste sector tiene mucha afluencia.

4.3. Caracterizar las empresas.

En el mercado latino de los electrodomésticos, durante los últimos años hemos sido testigos de diversos fenómenos, desde la aparición de las nuevas tecnologías, pasando por la masificación de los productos digitales hasta llegar a la expansión de las industrias que hoy acaparan este mercado.

Las empresas de electrodomésticos no son las mismas que hace 10 años atrás y esto se debe a un cambio significativo que ha dividido esta actividad; hoy cuando decimos “empresa de electrodomésticos” podemos referirnos a dos tipos de entes distintos: estás los que fabrican dichos productos y aquellos que sólo los comercializan; en menor medida encontramos empresas que confeccionan y venden, este es el caso de las multinacionales como Phillips, Sony, Cannon, Panasonic y otras.

4.4. Identificar la vocación productiva.

Actualmente podemos distinguir entre varios tipos de talleres: están aquellos que se dedican a arreglar electrodomésticos, los que comercializan repuestos y otras actividades asociadas.

En la provincia de Santa Elena existen pequeños talleres de reparación pero no cumplen con las expectativas de los clientes, razón por la que nace la idea de crear un lugar donde las personas puedan sentir seguridad al momento de reparar su artefacto, esta empresa brindaría los siguientes servicios:

- ✓ Al momento que un cliente lleve un artefacto la empresa, se realizará el respectivo análisis, después de identificar la falla, se elabora el presupuesto que se facilitara al cliente quien es la persona que toma la decisión si se procede a la respectiva reparación.
- ✓ Una vez solucionado el desperfecto esta empresa ofrece una garantía al equipo reparado con la finalidad de brindar confianza.
- ✓ Laboratorio electrónico: Servicio de reparación.
- ✓ Laboratorio de computación. Mantenimiento y actualizaciones de pc y redes.
- ✓ Brindar el servicio de consultas ya sea a domicilio o vía telefónica

4.5. Autogestión para la organización.

La asociatividad para el trabajo presenta una particularidad diferencial frente a otros tipos de organización dada por el carácter cooperativo de los emprendimientos, es decir que la forma de organización del trabajo así como la toma de decisiones es realizada de manera autónoma por el colectivo asociado.

En tal sentido, el concepto de autogestión es central para entender el funcionamiento de la asociatividad en su práctica concreta. La autogestión como dinámica que califica a las relaciones sociales de cooperación basadas en la participación horizontal de sus integrantes remite a su vez a la democratización de las mismas.

Como modelo organizacional, la autogestión se refiere a un proceso que busca generar acciones y resultados en el que estén comprendidos todos sus miembros a través de principios y prácticas en donde la toma de decisiones es el resultado de una construcción colectiva (Alburquerque, 2004b).

4.6. Sector beneficiado.

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

La asociatividad significa el único camino posible que le queda a los sectores productivos pequeños y medianos, de la ciudad y el campo de los países de menores ingresos o desarrollo relativo, no solo para lograr la sobrevivencia en unos mercados cada vez más regionales y abiertos a la competencia de las empresas del mundo entero, sino que pretende rescatar formas alternativas de generación de riqueza y equidad en nuestros países, así como de las formas de interrelación más antiguas existentes en el ser humano y que a la misma naturaleza entera le ha permitido sobrevivir y desarrollarse, como es la cooperación.

La empresa se concibe bajo este enfoque como un complejo sistema adaptativo, en proceso de aprendizaje permanente, que va desde la adquisición de la información, la utilización de la misma para redefinir sus funciones de manera permanente, modificar sus estrategias y fomentar una mayor fluidez en sus flujos de negocios. Y para lograr las Pymes tales metas, sin duda alguna la mejor forma de cooperación es la constitución de redes horizontales y verticales, así como de cadenas productivas regionales y locales:

La base de estas formas organizativas, sin duda alguna, son los pequeños grupos de 10 o 12 empresarios del mismo sector y región, como se ha concebido en los diferentes países del mundo donde han aplicado este tipo de experiencias. La competencia, es el nuevo nombre del juego de los negocios y la asociatividad la base fundamental sobre la cual se debe basar la misma, particularmente para las Pymes.

4.7. Metodología.

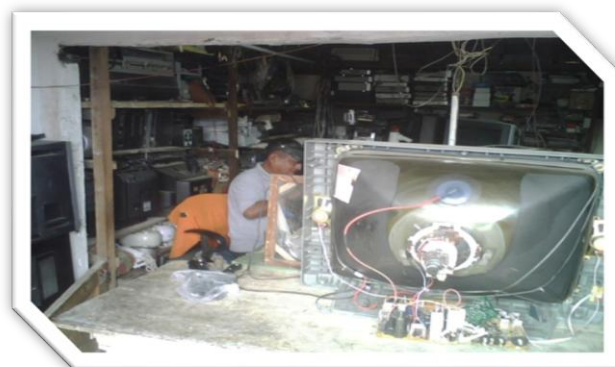
La metodología utilizada para la elaboración del trabajo fue el explicativo, acudiendo al análisis, síntesis e interpretación de los datos previos a un conocimiento profundo de la fundamentación teórica, contrastada con la formulación y de preguntas directrices. El trabajo se caracteriza por la utilización de recolección de información de fuentes primarias; seleccionados, analizados y presentados los resultados coherentes y actualizados.

4.8. Identificar y seleccionar el grupo de personas participantes.

En la parroquia José Luis Tamayo, se identificó los talleres electrónicos cuyos propietarios son los siguientes:

- Isidro González González.

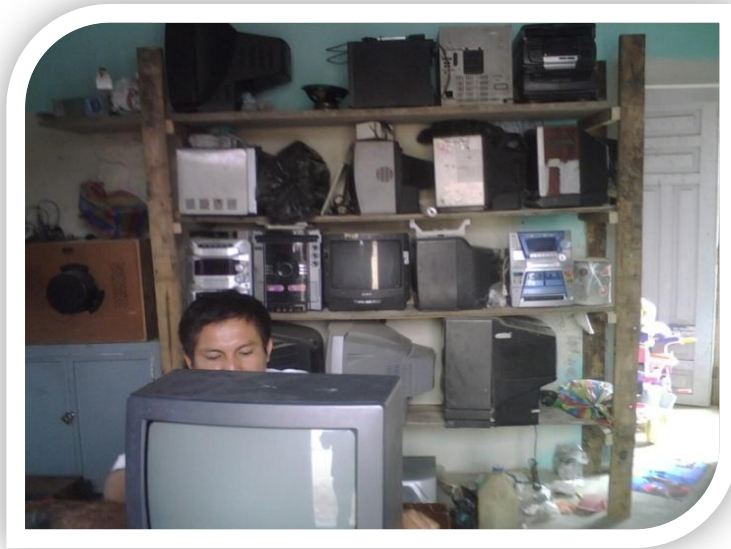
GRÁFICO # 13



Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Gualé González

➤ Edelberto Guale González.

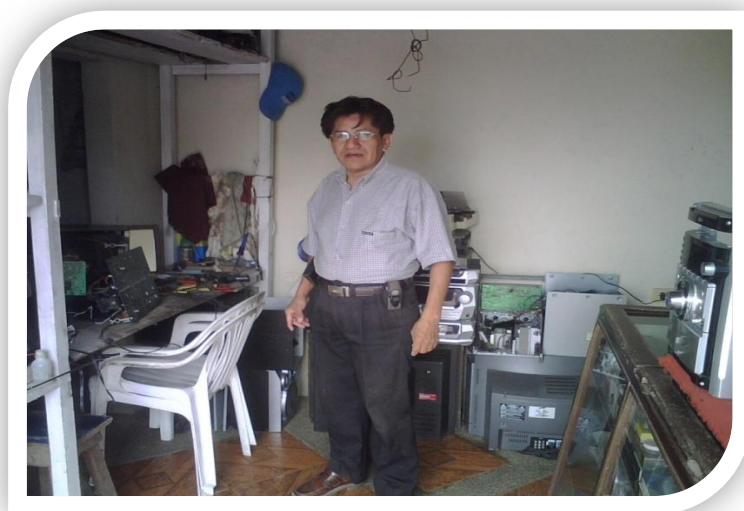
GRÁFICO # 14



Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Guale González

➤ Víctor de la Cruz Láinez.

GRÁFICO # 15



Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Guale González

4.9. Sensibilizar las empresas de los beneficios ventajas y aportes de la conformación de redes empresariales.

La idea de formar una red empresarial es buscar el desarrollo en conjunto generando grandes beneficios entre las cuales mencionamos las siguientes: Brindar el servicio de reparación y mantenimiento de artefactos electrónicos relacionados con la venta de repuestos y reciclaje de basura electrónica.

Principios y valores de la red.

- ◆ Formalidad.
- ◆ Cultura de servicio.
- ◆ Ser parte del equipo.
- ◆ Ética.
- ◆ Respeto a los clientes.
- ◆ Honestidad.
- ◆ Lealtad.

El servicio se brindará con una actitud proactiva respondiendo con amabilidad, calidad, oportunidad y diligencia a los requerimientos de nuestros clientes externos e internos, brindando un servicio ágil y oportuno.

ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “NUEVA GENERACIÓN”

4.10. Filosofía.

La Asociación de Electrónicos de la Parroquia José Luís Tamayo, es una institución que busca satisfacer la necesidad técnicas de reparación de equipos electrónicos, promoviendo un ambiente de trabajo basado en integridad, solidaridad y trabajo en equipo, para lograr un servicio de calidad óptimo impartiendo valores éticos en su recurso humano y de esta manera posicionarnos en el mercado Peninsular.

4.11. Misión.

La Asociación de técnicos electrónicos “Nueva Generación” tiene como misión primordial contribuir con el desarrollo socio-económico y tecnológico de los Artesanos que se dedican a brindar servicios técnicos de artefactos electrónicos, inculcando una cultura emprendedora para mejorar la calidad de vida a través de la generación de empleo en la Provincia de Santa Elena”.

4.12. Visión.

“Ser una entidad posicionada en el mercado, líder en el servicio electrónico y en la creación de empresas técnicas consolidadas y reconocidas a nivel nacional”

4.13. Valores.

Los valores son los descriptores morales que muestran la responsabilidad ética social en el desarrollo de las labores de negocio.

VALORES CORPORATIVOS.

Seguridad: Proveer a nuestros clientes un servicio de calidad brindándoles seguridad y confianza.

Responsabilidad: En la Asociatividad una de sus principales características es garantizar el servicio con profesionales especializados en el área técnica.

Lealtad: Los Técnicos Electrónicos son personas visionarias, exigente consigo mismos y comprometidos con los esfuerzos estratégicos de la Asociación.

Competitividad: Como grupo unido se genera un compromiso de luchar día a día por superarnos y de esta manera lograr un nivel alto de conocimiento y aplicarlos de la manera correcta en las actividades a desarrollar.

Honestidad: El recurso Humano de la Asociatividad se caracteriza por su honestidad, valores éticos y morales.

Solidaridad: Para poder lograr el beneficio individual hay que comprender que se basa en el trabajo colectivo, por lo que la ayuda mutua será el fundamento en la generación y prestación del servicio.

Respeto: Un valor de vital importancia ya que se debe otorgar un trato cortés, justo y equitativo.

4.14. De los líderes de la asociatividad.

PRINCIPIOS.

Responsabilidad: Cumplimiento estricto de las obligaciones atribuidas, dentro de sus funciones respecto de la toma de decisiones para la consecución de objetivos corporativos buscando el beneficio para la Asociatividad.

Compañerismo: Procurar la integración de esfuerzos, manteniendo un liderazgo democrático que permita la comunicación directa entre los involucrados en el plan de Asociatividad.

Calidad: Lograr que las actividades diarias de reparación se realicen de la forma correctamente buscando un compromiso de todos los socios.

VALORES.

Respeto: Cumplir a cabalidad y estrictamente los reglamentos, leyes y consideración de derechos personales, establecidos en las políticas de la Asociación.

Comunicación: Hacer llegar toda la información y comunicados a cada uno de los socios de una manera personalizada, para que los mismos se identifiquen con la institución.

Justicia.- Las actividades diarias deben ser ejecutadas con un grado de justicia y equidad, en el caso de los líderes cuentas claras y actividades verídicas.

SOCIOS.

PRINCIPIOS.

Responsabilidad: Cumplimiento de las tareas asignadas y establecidas a los socios, asistir a las capacitaciones de una manera estricta y responsable.

Compañerismo: Colaborar en lo posible y brindar ayuda mutua a los miembros de la Asociación.

Calidad: En el trabajo eficiencia y eficacia, evitando cualquier tipo de inconvenientes que se puedan presentar.

VALORES.

Responsabilidad.- Acerca de los reglamentos, leyes y consideración de derechos personales, entre compañeros, tratar al cliente como debe de ser, respetamos y consideramos los derechos personales y laborales.

Comunicación: Factor de vital importancia para generar un buen ambiente laboral.

CON LA SOCIEDAD

PRINCIPIOS:

Responsabilidad: Proporcionando servicios de calidad, con un precio accesible y garantizando el trabajo realizado.

Calidad: Para satisfacer las necesidades esperadas por los potenciales clientes el trabajo se lo debe realizar con las herramientas necesarias y que se encuentren en buen estado.

VALORES:

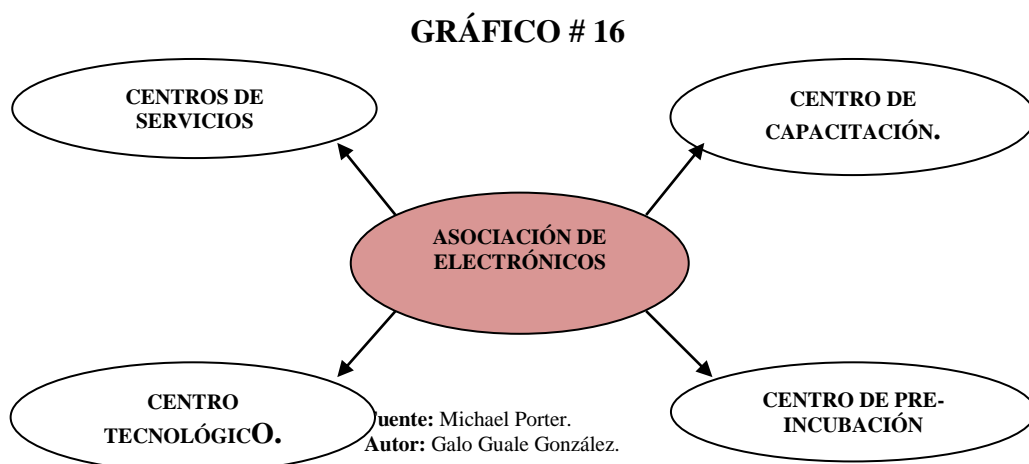
Respeto.- El cliente siempre tiene la razón y el trato debe ser amable y con gentileza.

Ética Y Justicia: Todos reciben lo que corresponde.

4.15. Objetivos estratégicos.

- Desarrollar una empresa de servicios electrónicos mediante la conformación de una red asociativa de Artesanos Peninsulares en esta rama para mejorar la calidad de servicio técnico brindado.

4.16. Modelo sistemático.



4.17. Grupo objetivo.

INTERNO	EXTERNO
Estudiantes y docentes de la UPSE.	Profesionales en la rama de la electrónica.
Estudiantes a fines con la actividad empresarial.	Artesanos dedicados a la actividad de reparación y mantenimiento de equipos.
	Personas empíricas en la reparación.

Fuente: Michael Porter.

Autor: Galo Guale González.

4.18. Líneas de incubación.

- ✓ Electrónica
- ✓ Informática.
- ✓ Electromecánica.
- ✓ Telecomunicaciones.
- ✓ Electro mecánica.

4.19. Estilo de liderazgo.

La Asociación de Técnicos Electrónicos con el objetivo de lograr sus metas propuestas, deberá escoger el tipo de liderazgo que más convenga a la institución; es decir lograr que todos sus integrantes trabajen en conjunto, hacia un mismo fin.

Para ello se llegó a la conclusión de que el tipo de liderazgo a utilizar es el democrático-participativo, porque el líder democrático busca ser un miembro más del grupo o equipo, las decisiones se suelen tomar entre los trabajadores, pero bajo la supervisión, guía y consentimiento de la autoridad. Se caracteriza además por escuchar a los miembros de su grupo, ser amistoso, ser accesible, ayudar a sus trabajadores en sus problemas personales.

El líder participativo se caracteriza por la confianza absoluta en sus colaboradores, ofrece estímulos y reconoce los logros, el flujo de comunicación en ambos sentidos, acepta ideas y opiniones, deja que el grupo tome las decisiones, apoya las metas establecidas por las áreas o grupo.

4.20. Evaluación y seguimiento.

Con los datos obtenidos y análisis realizado a los integrantes de la asociatividad, se determinó que se deben realizar evaluaciones constantes, es decir cada vez que sea necesario ya que el mundo de la tecnología es cambiante y es de vital importancia estar capacitados para brindar un servicio de calidad.

Los seguimientos que se realizan tienen la finalidad de mejorar el servicio de acuerdo a las exigencias de los clientes, los integrantes de la Asociatividad se reunirán cada vez que su líder los convoque de esta manera se fortalece el sistema de comunicación logrando corregir los errores a tiempo y las acciones correctivas se las hace en el momento apropiado por el beneficio de la institución.

4.21. Capacitación.

La capacitación a todos los niveles constituye una de las mejores inversiones en recursos humanos y una de las principales fuentes de bienestar para el personal de toda organización.

La asociación brindará capacitación de acuerdo a la necesidad que se presente (nueva tecnología), se hará semestralmente. Así como también se dará cursos de motivación y calidad, que se realizaran cada 3 meses. Hay que resaltar que la capacitación es considerada como una inversión ya que el costo se recuperará a través de la eficiencia en las diferentes áreas que ayuden con el crecimiento institucional.

4.22. Organigrama.

GRÁFICO # 17



Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Guale González

4.23. Estatutos.

ASOCIACIÓN DE ELECTRÓNICOS

Fundado el 7 de Octubre de 2012.

ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS Y AFINES NUEVA GENERACIÓN

CAPITULO I.

CONSTITUCIÓN, DOMICILIO Y DURACIÓN.

Art. 1. Mediante el presente estatuto se constituye la Asociación de técnicos electrónicos y a fines "Nueva Generación" de la parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.

Art. 2. La Asociación de técnicos electrónicos y a afines es una institución de derecho privado, regulada por las disposiciones y leyes del código civil, estatuto, reglamento y disposiciones de la asamblea general.

Art. 3. La Asociación de técnicos electrónicos y a fines tendrá una duración indefinida y su número de socio será ilimitado pudiendo disolverse de conformidad del presente estatuto y la ley.

Art. 4. La Asociación de técnicos electrónicos y a fines, como tal no podrá intervenir en asuntos políticos y religiosos.

CAPITULO II

DE LOS FINES DE LA ENTIDAD.

Art. 5. Son fines de la entidad.

- a) Agrupar en su seno a todo los que laboran en la rama de la electrónica para que participen en la capacitación y actualización de sus asociados.
- b) Realizar planes, proyectos y programas que vallan directamente en beneficio de la asociación.
- c) Gestionar de las autoridades el respaldo en el amparo de las leyes para la actividad que realicen todos los socios en calidad de micro empres

- d) Establecer un sistema de ayuda colectiva, que permita la unidad de todos sus socios.
- e) Establecer beneficios que se consideren necesarios, especialmente que vallan dirigidos a todos sus asociado.
- f) Velar por el cumplimiento del presente estatuto para los fines que fue creado.
- g) Mantener relaciones, de conformidad con organismos similares y fortalecer la asociación.

- h) Fomentar la ayuda mutua entre sus socios.
- i) Desarrollar constantemente actos sociales, talleres de capacitación que beneficien a sus asociados.
- j) Dictar cursos de relaciones humanas, administración, seguridad industrial y capacitación, en la rama de la electrónica para todos sus asociados.
- k) Formar una caja de ahorro y crédito para solventar necesidades de sus socios.
- l) Cumplir con las demás actividades que guardan relación con sus principios fundamentales siempre y cuando no se opongan en expresas disposiciones legales.

Art.6. Para el cumplimiento de los fines anotados en los artículos anterior la asociación recurrirá a todo los medios permitido por la ley.

CAPITULO III

DE LOS SOCIOS.

Art. 7 Son socios.

- a) Todas las personar que trabajen en el área electrónica.
- b) Todas las personas que posteriormente a su constitución solicitaren por escrito el deseo de pertenecer a la asociación, fuesen aceptada por la asamblea previo al cumplimiento de los requisitos establecidos en el estatuto y en el reglamento interno.

Art. 8. Son deberes de los socios.

- a) Cumplir y hacer cumplir el presente estatuto, reglamento y demás resoluciones determinada por la asamblea general.
- b) Contribuir en forma efectiva en el cumplimiento de los fines de la institución.
- c) Asistir puntualmente a las asambleas generales ordinarias y extraordinarias que fueran convocados por el directorio.
- d) Cumplir con las disposiciones y comisiones que lo encomendaren la asamblea.
- e) Hacer cumplir las disposiciones y reglamentos emanada por la asociación.
- f) Pagar cumplidamente las cuotas mensuales, ordinarias y extraordinarias dispuestas por la asamblea general.
- g) Guardar el respeto y consideraciones que se merecen los directivos y socios de la asociación.

Art. 9. Derecho de los socios.

- a) Elegir y ser elegido para el cargo que fuere encomendado
- b) Tener voz y voto en todas las deliberaciones.
- c) Gozar de los beneficios que brinda la asociación establecidos en el estatuto y reglamento interno.
- d) En caso de enfermedad grave la asociación prestara la ayuda necesaria de acuerdo al reglamento establecido por la asamblea general.
- e) En caso de fallecimiento del socio hacer llegar el fondo mortuario al familiar más cercano.
- f) Sugerir por escrito a la asamblea general, cuando estime necesario para efecto de mejorar el funcionamiento administrativo de la asociación.
- g) Asistir puntualmente a la asamblea general ordinaria y extraordinaria que se convoque de acuerdo al estatuto.

Art. 10. Son condiciones para el ingreso de nuevos socios.

- a) Las personas que ejerzan la profesión dentro del área electrónica.
- b) Presentar una solicitud por escrito al directorio para su aprobación.
- c) Tener buena conducta y estar en pleno goce de los derechos de ciudadanía.

Art. 11. La calidad de socio se pierde por.

- a) Por renuncia voluntaria, escrita formalmente aceptada por la asamblea general.
- b) Por fallecimiento.
- c) Por expulsión.
- d) Por incumplir con sus obligaciones ante la asociación.
- e) Por causar divisionismo dentro de la asociación.

CAPITULO IV

DE LAS SANCIONES.

Art. 12. Los socios que incumplieren con las disposiciones del presente estatuto, o de las resoluciones de los diferentes órganos directivos, se harán acreedores a una sanción, de acuerdo a la gravedad de la falta.

- a) Amonestación verbal o escrita.
- b) Multas.
- c) Expulsión.

Art. 13. La amonestación verbal o escrita será impuesta por el directorio, cuya sanción se aplicara por violación a los estatutos y reglamentos, o cualquier falta que pudiera merecer calificación leve.

Art. 14. Los socios serán multados cuando faltaren dos o más reuniones seguidas, previamente convocada por los respectivos directivos.

Art. 15. Los socios serán multados por no asistir a tres reuniones consecutivas, o cuando no cumpliera con los eventos programados por la asociación o por difamación en contra de la misma.

Art. 16. El socio podrá ser expulsado por resolución de la asamblea general quien será la que ratifique en los siguientes casos.

- a. Cuando hubiere cometido actos dolosos contra los bienes y fondos de la asociación.
- b. Por reincidir en el incumplimiento del presente estatuto con premeditación y alevosía en contra de los intereses de la institución.

Art. 17. Para que la expulsión surta efecto legal, será necesario levantar un expediente en el que conste las agravantes comprobadas y del mismo modo toda las atenuantes que pudieran presentar el o los implicados, en todo caso esta sanción no podrá ejecutarse si no se hubiera dado la oportunidad de defenderse.

Art. 18. Toda sanción será susceptible de apelación, ante la asamblea general quien será la que ratifique la sanción para ello se requiere de un dictamen fundamentado de parte del directorio y aceptado por el 50% más uno de los socios.

CAPITULO V

DE LA ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.

Art. 19. La dirección de administración, de la Asociación de técnicos electrónicos y afines Nueva “Generación”, estará a cargo de los siguientes órganos directivos:

- a) Asamblea general.
- b) El directorio.
- c) Las comisiones especiales.

DE LA ASAMBLEA GENERAL.

Art. 20. La asamblea general es la máxima autoridad de la asociación y la integran todo los socios activos en goces de sus derechos.

Art. 21. La asamblea general será ordinaria y extraordinaria.

La asamblea general ordinaria se realizara dos fecha por mes, y las asambleas extraordinaria se realizarán cada vez que el caso lo requiera a pedido del directorio o del 25% de sus socios las mismas que serán convocada con cuarenta y ochos hora de anticipación, puntualizándose los puntos a tratarse.

Art. 22. La asamblea general ordinaria o extraordinaria será presidida por el presidente o quien haga sus veces, conjuntamente con el secretario firmara las actas correspondientes como también los documentos de las resoluciones de esta.

Art. 23. Constituye quórum de la asamblea general ordinaria o extraordinaria la asistencia de la mitad más uno de sus socios en goces de sus derechos, si a la convocatoria no concurrieran el número de socios previsto la misma se instalará una hora después con los socios presentes siempre que este particular conste en la convocatoria.

Art. 24. Son Atribuciones de la Asamblea General:

- a) Elegir cada dos años a los miembros del directorio.
- b) Aprobar los proyectos relacionados a la especialidad en beneficio de la asociación.
- c) Determinar las cuotas de ingresos, cuota ordinaria y extraordinaria que se estimen convenientes.
- d) Informarse del estado financiero y fiscalizar la tesorería cuando lo crea conveniente.

- e) Conocer y resolver las consulta propuesta por el presidente, el directorio y la mitad más uno de sus socios.
- f) Conocer el ingreso y salida de sus asociados
- g) Ratificar o rectificar la expulsión del socio o socios que resultaren culpable de malversación de fondos.
- h) Cumplir con las demás actividades que permita a la asociación el cumplimiento de sus fines siempre que no violen las disposiciones legales.

Art. 25. De las cuotas.

- a) Fijar una cuota de \$2.00
- b) El pago se efectuara mensualmente y será recaudado por el tesorero de la asociación
- c) Abrir una libreta de ahorro o cuenta corriente que será firmado por el presidente y el tesorero.

Art. 26. Las cuotas ordinarias estarán destinadas a cumplir los siguientes objetivos.

- a) Para fondo administrativo de la asociación un 20%.
- b) Formar una cooperativa de ahorro y crédito con un 15%.
- c) Para beneficencia, asistencia médica del socio un 25%.
- d) Para actos sociales, culturales y de educación para sus socios el 20%.
- e) Para fondo social aniversario de la asociación el 20%.

Art. 27. El directorio de la Asociación, estará integrado por los siguientes miembros:

- Un presidente.
- Un vicepresidente.
- Un tesorero.
- Un secretario.
- Un prosecretario.

- Un sindico
- Un bibliotecario
- Un director de cultura y deporte.
- Un secretario de comunicación y propaganda.
- Tres vocales principales.
- Tres vocales suplentes.

Art. 28. El directorio de la asociación durará dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos sus miembros total o parcialmente a un nuevo periodo.

Art. 29. El directorio de la asociación sesionara una vez cada mes y sus resoluciones serán tomadas por mayoría de votos. Las sesiones serán convocadas por el presidente con anticipación de cuarenta y ocho horas.

Art. 30. Son atribuciones del directorio.

- a) Cumplir y hacer cumplir el estatuto y reglamento interno así como las resoluciones de la asamblea general.
- b) Elaborar proyecto, plan de trabajo y el presupuesto sobre las actividades a realizar previa su aprobación por la asamblea.
- c) Conformar una comisión para reformar el estatuto y reglamento interno conforme a las necesidades de la asociación.
- d) Conocer y resolver las denuncias de los socios y directivos de la asociación.
- e) Presentar el informe de sus labores a la asamblea general cada año.
- f) Ejercer las demás atribuciones que señale la ley y el estatuto.

Art. 31. Son funciones del presidente.

- a) Representar legal, judicial y extrajudicial a la asociación, por lo tanto responderá de la buena marcha de la misma.
- b) Presidir las reuniones y demás actos oficiales de la asociación.

- c) Convocar a sesiones de asamblea generales ordinarias y extraordinarias del directorio y de socios.
- d) Vigilar el cumplimiento del estatuto, reglamentos, acuerdos, resoluciones de la asamblea general y del directorio así como de los planes y programas de trabajo que le compete según el estatuto.
- e) Presentar informes regulares de las actividades desarrolladas a la asamblea general.
- f) Firmar con el secretario las actas y comunicaciones de las asambleas generales y del directorio.
- g) Firmar las órdenes de egresos en unión del tesorero siendo los dos responsables del manejo de los fondos.

Art. 32. Son funciones del vicepresidente.

- a) Subrogar al presidente en todas sus atribuciones en caso de ausencia temporal o definitiva.
- b) Colaborar con el presidente en el cumplimiento de sus deberes y en ejercicio de sus atribuciones.

Art. 33. Del síndico

Para ejercer la función de síndico se requiere la capacidad suficiente en preparación y experiencia que lo hagan acreedor a esta distinción.

- a. Son atribuciones del síndico ejercer conjuntamente con el presidente la personería jurídica de la asociación.
- b. Informar sobre los asuntos sometidos a su dictamen.
- c. Resolver las consultas que se soliciten sobre el aspecto legal.

Art. 34. Son atribuciones del secretario.

- a) Redactar las actas de sesiones, llevar al día la correspondencia y los libros de registros de los socios.
- b) Firmar conjuntamente con el presidente las actas, comunicaciones, registros y demás documentos.

- c) Citar por orden del presidente a sesiones del directorio y de la asamblea general.

Art. 35. Del prosecretario

El prosecretario ejercerá las funciones del secretario, en ausencia del titular, subrogándole en todos sus deberes y atribuciones.

Art. 36. Del Bibliotecario.

Son deberes y obligaciones del bibliotecario:

- a) Cuidar y dar la debida atención a la organización y funcionamiento de la biblioteca
- b) Procurar el incremento de la biblioteca, mediante la donación de libros por parte de los socios, personas o instituciones públicas o privadas.
- c) llevar el correspondiente libro de control e inventario.
- d) El bibliotecario será responsable de las pérdidas de obras y objeto bajo su cuidado.

Art. 37 Del secretario de Comunicación

Son deberes y atribuciones del secretario de comunicación

- a) Realizar la mayor comunicación posible entre instituciones similares de la localidad y fuera de ella como medio de afianzar la estabilidad de la institución.
- b) Redactar todo lo concerniente a comunicación como periódicos murales carteles volantes manifiestos etc., que serán presentados previamente al directorio.

Art. 38. Son funciones del tesorero.

- a) Administrar y responder civil y penalmente de los fondos de la institución y ubicar dichos recursos y bienes de acuerdo a las disposiciones del directorio y de la asamblea general.

- b) Presentar informe económico y someterla a consideración del directorio y aprobación de la asamblea general.
- c) Llevar los libros de ingresos y egresos con mayor orden, claridad y objetividad.
- d) Recibir los valores que por cualquier concepto ingresan a la asociación
- e) Efectuar anualmente el inventario de los bienes de la asociación.

Art. 39. Los vocales principales serán los integrantes netos de las diversas comisiones que de conformidad con las necesidad de la asociación se crearon además remplazaran al presidente en caso de no poder hacerlo el vicepresidente, así como los demás cargos directivos de la asociación.

Los vocales suplentes a su vez reemplazaran a los principales en su orden de elección.

Art. 40 Comisionado de Beneficencia

Son funciones del comisionado de beneficencia establecer la acción benéfica a favor de sus socios de la siguiente manera

- a) Los afiliados comenzaran a gozar de la beneficencia una vez transcurrido 90 días de su afiliación como tal, pero siempre que hayan observado estrictamente lo dispuesto en este estatuto y reglamento interno.
- b) El socio que se creyere con derecho a tal beneficio, para obtenerlo deberá presentar por escrito la solicitud y acompañada del certificado médico ante el presidente a fin de que este le ponga el visto bueno.
- c) Para obtener el beneficio, el socio debe estar al día en todas sus obligaciones.

Art. 41. La institución asignara al asociado el beneficio establecido en el reglamento interno, no pudiendo recibir otro beneficio hasta haber transcurrido un año.

CAPITULO VI.

DEL PATRIMONIO.

- a) Todos los muebles e inmuebles que actualmente son de propiedad de la asociación y aquellas que en un futuro se adquieren.
- b) Los legados y donaciones que reciben de personas e instituciones públicas y privadas.

Art. 36. Son fondo.

- a) Los bienes que se obtengan por la realización de diversas actividades acorde con su naturaleza.
- b) Las contribuciones de los socios por conceptos de cuotas, multas y donaciones.

CAPITULO VII

DISPOSICIONES GENERALES.

Art. 43. El presente estatuto se pondrá en vigencia y se aplicará sus disposiciones luego de que sean aprobados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Art. 44. Cualquier reforma al presente estatuto podrá hacerlo la asamblea general después de un año de su aprobación.

Art. 45. En todas sus actividades la agrupación observara las disposiciones del código tributario y pondrá a su disposición la información suficiente al ministerio correspondiente

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

Art. 46. La Asociación de técnicos electrónicos se disolverá cuando se deje de cumplir con la finalidad para lo que se constituyó o por resolución mayoritaria de

sus socios expresados en fechas diferentes, por bajar sus socios en un número menor de acuerdo a las disposiciones de la ley. Una vez disuelta los bienes de la asociación pasaran a una institución de servicio social que determine la última asamblea general de socios.

CERTIFICACIÓN.

El secretario de la Asociación de técnicos electrónicos y afines “Nueva Generación” certifica que el presente estatuto fue leído, analizado y aprobado en tres asambleas generales de socios.

Atentamente,

Edelberto Guale González

PRESIDENTE

Víctor De La cruz Laínez

SECRETARIO

4.24. Nómina.



ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS DE LA PARROQUIA JOSÉ LUÍS TAMAYO – CANTÓN SALINAS.

NÓMINA DE SOCIOS CUADRO # 33

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CÉDULA	FIRMA
1	APOLINARIO SORIANO ROBERT ISMAEL	0928411461	
2	ASENCIO ASENCIO PEDRO IGNACIO	0913816815	
3	CAICHE SUAREZ DARWIN DANIEL	0912539852	
4	CAMATÓN TOMALA ANTONIO JOSÉ	0921326146	
5	CRUZ FLOREANO LEOCADIO VALENTÍN	0912536299	
6	DE LA CRUZ LAÍNEZ VÍCTOR VALERIANO	0907152342	
7	DEL PEZO REYES JUAN JOSÉ	0918029042	
8	FLOREANO DE LA A OSWALDO CELESTINO	0913233367	
9	GONZÁLEZ DE LA CRUZ CARLOS FRANCISCO	0906596176	
10	GONZÁLEZ LAÍNEZ ISIDRO	0901010793	
11	GUALE GONZÁLEZ EDELBERTO SENÉN	0919828798	
12	GUALE GONZÁLEZ GALO WILMER	0923673875	
13	LAÍNEZ GONZÁLEZ BOLÍVAR NICANOR	0913923298	
14	LIMÓN LAÍNEZ JUAN ANTONIO	0914235288	
15	PARRALES ÁVILA GABRIEL DANIEL	0923401459	
16	REYES MUÑOZ LUIS DANIEL	0909832727	
17	REYES SORIANO CARLOS ENRIQUE	0912161288	
18	ROSALES FIGUEROA TOMAS WILLIAMS	0909310955	
19	ROSALES TOMALA ANDRÉS YOVANY	1206090605	
20	YAGUAL CUADRADO JOSÉ SELVINO	0905896676	

4.24. Relaciones del trabajo.

Es indispensable que se desarrollen de la mejor manera unas excelentes relaciones laborales. Sólo así se tendrá la certeza que todos los objetivos serán alcanzados, por el interés y entusiasmo que presente cada miembro de la organización. Los elementos esenciales de las relaciones tiene su finalidad en la equidad de ambas partes ya que esto nos ayuda a tener un mejor desarrollo dentro de las organizaciones y respecto al país nos permite tener una estabilidad que la necesitamos para no tener un clima de incertidumbre.

- ◆ Mantener un alto grado de compromiso mediante la aplicación de valores como la justicia, confianza y atención.
- ◆ En segundo lugar, se les aceptaran sugerencias y opiniones de los socios valorando su manera de pensar sin discriminación, además recibirán una respuesta amable y positiva por parte de la Asociación, de esa forma generará en los individuos un sentimiento de pertenencia hacia ella.
- ◆ Y por último se les otorgara mayor confianza en las labores que se les ha encomendado. Dejando que realicen su trabajo con total libertad e independencia, siempre y cuando sus acciones estén estrictamente relacionadas con los reglamentos internos.
- ◆ Además, con toda la confianza, se sentirá más comprometido para realizar correctamente la labor asignada y se esforzará al máximo para dar su mejor rendimiento, ya que si todo sale bien, es muy probable que se le asignen nuevos y mejores trabajos y la confianza mutua también crezca para beneficio de las 2 partes involucradas.

Si se cumple con estos 3 puntos antes mencionados se creará un clima laboral propicio para desempeñar de una mejor manera todas las labores que se deban realizar, en un ambiente de total concordia y cooperación, lo que dará como resultado que se consigan todos los objetivos tanto individuales como empresariales.

4.25. Primera reunión de socialización.

A los 30 días del mes de Junio del año 2013, se reunieron un grupo de técnicos electrónicos en la sala de sesiones de los artesanos de José Luís Tamayo con la finalidad de solucionar los problemas de calidad de servicio en la rama técnica electrónica a través de un plan de Asociatividad, para ello se invitó a técnicos conocidos en primer lugar para socializar la idea, además de impartir una pequeña capacitación en reparación de televisores LCD.

Los técnicos electrónicos citados asisten con puntualidad, por lo que la sala considera esto de vital importancia para un nacimiento de una organización de prestigio en la comunidad.

INICIO.

Se inicia dando a conocer el motivo de la reunión, e interviene el Ing. Edelberto Guale dando a conocer la importancia de las capacitaciones en la rama técnica y presentando unos videos de reparación cortesía de la comunidad de electrónicos de México.

Luego de esto hay una charla por parte del Sr. Galo Guale, sobre lo que significa la Asociatividad, sus ventajas y desventajas y todo el proceso que se llevaría a cabo para el desarrollo de esta alternativa, quedando en análisis la propuesta.

4.23. Presupuesto.

Mediante el siguiente presupuesto se determina que el proyecto de Asociatividad es factible y viable, y que generará ingresos económicos mejores a los que se obtenían normalmente.

A continuación se detallan dichos rubros:

CUADRO # 34

TÉCNICOS ELECTRÓNICOS
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS
DEPRECIACIÓN
EXPRESADO EN DÓLARES

CANT	ACTIV FIJOS	COD	VALOR UNIT	TOTAL	CICLO VID	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Computadora	AD	700,00	700,00	3	233,33	233,33	233,33	-	-
1	Impresora multifunciones	AD	140,00	140,00	10	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00
2	Escritorio	AD	200,00	400,00	10	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
2	Sillas de escritorios	AD	40,00	80,00	10	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
1	Archivador	AD	110,00	110,00	10	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00
3	Calculadora	AD	40,00	120,00	10	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
1	Extintor	AD	120,00	120,00	10	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
1	Aire Acondicionado	AD	500,00	500,00	10	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
1	Central telefonica	AD	100,00	100,00	10	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
1	Telefonos Inalibrimco 3A.	AD	115,00	115,00	10	11,50	11,50	11,50	11,50	11,50
1	Terreno	AD	12.000,00	12.000,00		-	-	-	-	-
		Total AD	14.065,00	14.385,00		401,83	401,83	401,83	168,50	168,50
		Total general	14.065,00	14.385,00		401,83	401,83	401,83	168,50	168,50

DEPRECIACION ACUMULADA 401,83 803,67 1.205,50 1.374,00 1.542,50

Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Guale González

CUADRO # 35

TÉCNICOS ELECTRÓNICOS
PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS
EXPRESADO EN DÓLARES

CONSUMO TOTAL

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Energia Electrica	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58	1.989,23
Agua Potable	36,00	37,80	39,69	41,67	43,76	198,92
Telefono	84,00	88,20	92,61	97,24	102,10	464,15
TOTAL	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44	2.652,30

Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Guale González

CUADRO # 36
TÉCNICOS ELECTRÓNICOS
PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL
EXPRESADO EN DÓLARES

PERSONAL	COD	SUELDO			BENEFICIOS SOCIALES						TOTAL GENRAL	PROYECCIÓN				
		SUELDO	COMIS	TOTAL	13 AVO	14 AVO	VACAC.	F. RESERV	A. PATRO	TOTAL		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	AD	500,00		500,00	41,67	16,67	20,83	41,67	60,75	181,58	681,58	7.237,33	8.342,58	8.509,43	8.679,62	8.853,21
Administrador	AD	400,00		400,00	33,33	16,67	16,67	33,33	48,60	148,60	548,60	5.799,87	6.714,86	6.849,16	6.986,14	7.125,87
Contador	AD	150,00		150,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	150,00	1.800,00	1.836,00	1.872,72	1.910,17	1.948,38
	Total AD	1.050,00	0	1.050,00	75,00	33,33	37,50	75,00	109,35	330,18	1.380,18	14.837,20	16.893,44	17.231,31	17.575,94	17.927,46
Jefe de Venta	VE	350,00		350,00	29,17	16,67	14,58	29,17	42,53	132,11	482,11	5.081,13	5.901,01	6.019,03	6.139,41	6.262,19
	Total VE	350,00	0	350,00	29,17	16,67	14,58	29,17	42,53	132,11	482,11	5.081,13	5.901,01	6.019,03	6.139,41	6.262,19
	Total Gral	1.400,00	0	1.400,00	104,17	50,00	52,08	104,17	151,88	462,29	1.862,29	19.918,33	22.794,45	23.250,34	23.715,35	24.189,65

Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Guale González

CUADRO # 37
TÉCNICOS ELECTRÓNICOS
PRESUPUESTO DE INGRESOS
EXPRESADO EN CANTIDAD / DÓLARES

DETALLE	CANTIDAD					TOTAL
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Mano de Obra Reparaciones LCD	14400,00	15840,00	17424,00	19166,40	21083,04	87913,44
Mano de Obra Eq. De Sonido	28800,00	31680,00	34848,00	38332,80	42166,08	175826,88
Mano de Obra Varios (Planchas, placas, microondas, dvd y demás)	31200,00	34320,00	37752,00	41527,20	45679,92	190479,12
Repuestos LCD	5760,00	6336,00	6969,60	7666,56	8433,22	35165,38
Repuesto Eq./sonido	50400,00	55440,00	60984,00	67082,40	73790,64	307697,04
Repuestos Varios	31200,00	34320,00	37752,00	41527,20	45679,92	190479,12
TOTAL	161.760,00	177.936,00	195.729,60	215.302,56	236.832,82	987.560,98

Fuente: Técnicos Electrónicos.
Autor: Galo Guale González

CUADRO # 38**TÉCNICOS ELECTRÓNICOS
PRESUPUESTO DE MATERIALES
EXPRESADO EN CANTIDAD**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Repuestos LCD	4.320	4.536	4.763	5.001	5.251	23.871
Repuestos Eq./Sonido	39.600	41.580	43.659	45.842	48.134	218.815
Repuestos Varios	18.720	19.656	20.639	21.671	22.754	103.440
TOTAL	62.640	65.772	69.061	72.514	76.139	346.126

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

CUADRO # 39**TÉCNICOS ELECTRÓNICOS
PRESUPUESTO DE MARKETING
EXPRESADO EN DÓLARES**

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Publicidad Radio	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91	9.946,14
Hojas volantes y demás	1.080,00	1.134,00	1.190,70	1.250,24	1.312,75	5.967,68
TOTAL	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66	15.913,82

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

CUADRO # 40

TÉCNICOS ELECTRÓNICOS PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN EXPRESADO EN DÓLARES

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Sueldos y Salarios	12.600,00	12.852,00	13.109,04	13.371,22	13.638,65	65.570,91
Beneficios Sociales	2.237,20	4.041,44	4.122,27	4.204,72	4.288,81	18.894,45
Impuesto Contribucion	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.000,00
Gastos Mantenimiento	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.000,00
Servicios Basicos	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44	2.652,30
Depreciacion	401,83	401,83	401,83	168,50	168,50	1.542,50
Amortizacion Gastos Constitucion	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.000,00
Otros	200,00	210,00	220,00	230,00	240,00	1.100,00
TOTAL	16.519,03	18.609,28	18.982,35	19.130,10	19.519,40	92.760,16

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

CUADRO # 41

TÉCNICOS ELECTRÓNICOS PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTAS EXPRESADO EN DÓLARES

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Sueldos y Salarios	4.200,00	4.284,00	4.369,68	4.457,07	4.546,22	21.856,97
Beneficios Sociales	881,13	1.617,01	1.649,35	1.682,33	1.715,98	7.545,80
Capacitacion	500,00	520,00	530,00	550,00	560,00	2.660,00
Gastos Mantenimiento	300,00	350,00	400,00	450,00	500,00	2.000,00
Marketing	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66	15.913,82
Otros	100,00	110,00	120,00	130,00	140,00	600,00
TOTAL	8.861,13	9.905,01	10.244,23	10.603,37	10.962,85	50.576,58

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

CUADRO # 42

TÉCNICOS ELECTRÓNICOS ESTADO DE RESULTADO EXPRESADO EN DÓLARES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Ingresos	161.760,00	177.936,00	195.729,60	215.302,56	236.832,82	987.560,98
Costos Operativos	62.640,00	65.772,00	69.060,60	72.513,63	76.139,31	346.125,54
Utilidad Bruta	99.120,00	112.164,00	126.669,00	142.788,93	160.693,50	641.435,43
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administracion	16.519,03	18.609,28	18.982,35	19.130,10	19.519,40	92.760,16
Gastos Ventas	8.861,13	9.905,01	10.244,23	10.603,37	10.962,85	50.576,58
Gastos de Marketing	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66	15.913,82
UAII	70.859,83	80.625,72	94.267,23	109.721,50	126.710,59	482.184,87
Participacion Trabajadores	10.628,98	12.093,86	14.140,08	16.458,23	19.006,59	72.327,73
Impuestos	17.714,96	20.156,43	23.566,81	27.430,38	31.677,65	120.546,22
Utilidad Neta	42.515,90	48.375,43	56.560,34	65.832,90	76.026,36	289.310,92

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

CUADRO # 43

TÉCNICOS ELECTRÓNICOS ESTADO DE RESULTADO SIN ASOCIATIVIDAD EXPRESADO EN DÓLARES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Ingresos	143.290,00	150.454,50	157.977,23	165.876,09	174.169,89	791.767,70
Costos Operativos	97.867,00	102.760,35	107.898,37	113.293,29	118.957,95	540.776,95
Utilidad Bruta	45.423,00	47.694,15	50.078,86	52.582,80	55.211,94	250.990,75
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administracion	19.335,00	20.301,75	21.316,84	22.382,68	23.501,81	106.838,08
Gastos Ventas	8.861,13	9.905,01	10.244,23	10.603,37	10.962,85	50.576,58
Gastos de Marketing	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66	15.913,82
UAII	14.346,87	14.463,39	15.342,59	16.262,79	17.246,62	77.662,27
Participacion Trabajadores	2.152,03	2.169,51	2.301,39	2.439,42	2.586,99	11.649,34
Impuestos	3.586,72	3.615,85	3.835,65	4.065,70	4.311,65	19.415,57
Utilidad Neta	8.608,12	8.678,04	9.205,56	9.757,68	10.347,97	46.597,36

Fuente: Técnicos Electrónicos.

Autor: Galo Guale González

Como se puede observar en los cuadros finales se realiza un análisis comparativo de los ingresos económicos de los técnicos electrónicos con Asociatividad y sin Asociatividad, obteniendo una diferencia sumamente significativa por lo que consideramos que la propuesta es factible y viable, cumpliendo con los objetivos planteados de mejorar la calidad de servicio de este grupo de personas.

4.24. Conclusiones.

1. El Diseño de un plan de Asociatividad para los técnicos electrónicos donde se ha indicado las etapas y procesos a seguir se elaboró en perfecto conocimiento de las necesidades de los involucrados para que no exista inconveniente en la realización del presente proyecto.
2. Se realizó un estudio de diagnóstico el cual nos dio como resultado la cruda realidad de este tipo de actividad y se determinó que para solucionar estos problemas se requería realizar un trabajo en equipo y consolidar los esfuerzos en un plan de asociatividad el cual cuente con filosofía institucional y los demás elementos organizacionales.
3. Los mencionados talleres no cuenta con un control, evaluación y seguimiento, por lo tanto es necesario que se efectúe esto con el fin de conocer como está rindiendo la actividad dentro del sector para ello se debe inculcar este tipo de actividades.
4. Las actividades que desarrollan los talleres actualmente, tienen una base empírica, es decir no se rigen bajo un orden consecutivo de pasos técnicos y analizados, sino en base lógicas y en función de la experiencia.
5. El sector técnico no ha sido explotado en su totalidad por tal razón sus expectativas de crecimiento son alentadoras en relación a la exclusividad.

4.25. Recomendaciones.

1. Es de vital importancia que la Asociatividad que se pretende realizar ponga en práctica la definición de su misión, visión, determinación de objetivos tanto generales como específicos sobre la cual deberá girar el negocio y establecer las estrategias que permitan alcanzar, por tales motivos se debe aplicar el direccionamiento estratégico que costa en la presente tesis.
2. Se deben aplicar los indicadores de gestión que miden el desempeño de los procesos además la asignación y delimitación de responsabilidades y competencias de los socios.
3. Es importante que se apliquen las mejoras tecnológicas para el desarrollo de las actividades.
4. Enfocar los esfuerzos en sistemas de calidad ya que la demanda del servicio que ofrecen estos talleres es impresionante, el nicho está creciendo significativamente.
5. Debe de realizarse un seguimiento continuo, con la finalidad de obtener un mejor conocimiento sobre la asociatividad en que aspectos se puede mejorar para brindar una mejor atención a los potenciales clientes; a través de las evaluaciones que se efectuó se podrán aplicar las mejoras necesarias e indispensables, también es de vital importancia tener en cuenta que si los asociados requieren capacitaciones la entidad deberá realizarlas a la brevedad posible.

4.26. Bibliografía.

- ◆ ASAMBLEA CONSTITUYENTE. Constitución de la República del Ecuador – 2008.
- ◆ ASAMBLEA CONSTITUYENTE. Ley de Defensa del Artesano – 2013.
- ◆ ASAMBLEA CONSTITUYENTE. Ley Orgánica y Reglamento de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (Actualizado al 5 de agosto del 2013)
- ◆ AZUA, J. (2000). Alianzas Competitivas para la Nueva Economía. Editorial Mc. Graw Hill.
- ◆ BERNAL T. César A. (2006). Libro metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales segunda edición.
- ◆ BERNAL T. César A. (2006). Metodología de la investigación. Editorial Pearson. Segunda Edición.
- ◆ BURGE Mario (2004). La investigación científica. Siglo XXI Editores. Tercera Edición. México.
- ◆ GONZÁLEZ Laura (2009). Proceso de Asociatividad.
- ◆ GRUPO Social Populorum (2010). Grupo social fondo Ecuatoriano populorum progressio editorial algunas reflexiones y observaciones desde el GSFPEPP
- ◆ HERNÁNDEZ F. Baptista (2008). Metodología de la Investigación Editorial Mc Graw Hill. Cuarta Edición México.
- ◆ HERNÁNDEZ Iván - Consultoría Preparada para el Consejo Nacional de Competitividad.

- ◆ HERNÁNDEZ Roberto, FERNÁNDEZ C. Carlos, BAPTISTA L. Pilar. (2006) Metodología de la investigación, Mc Graw Hill. Segunda Edición.
- ◆ IRIGOYEN Horacio (2005). Asociatividad como herramienta de gestión.
- ◆ MÉNDEZ A. Carlos, (2007). Metodología, Diseño y desarrollo del Proceso de investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales. Editorial Limusa. Cuarta Edición.
- ◆ MÉNDEZ E. Carlos, (2011). Metodología, Diseño y desarrollo del Proceso de investigación. Editorial Limusa. Cuarta Edición.
- ◆ PORTER Michael (2003). Libro Ventaja Competitiva de las Naciones.
- ◆ VALDEZ Luis (2007). Asociatividad y Producción en el Territorio, Edición electrónica gratuita.
- ◆ VALENCIA R. y MUÑOZ Janeth (2005). Asociatividad empresarial en Colombia. Departamento de publicaciones Cámara de Comercio de Bogotá.
- ◆ Yáñez C., ACEVEDO María, GÓMEZ Pilar. (2008). Modelos Asociativos Alfa-Beta. Colección Cidetec.
- ◆ YENG José (2004). Microempresas Asociativas de Servicios.

PÁGINAS DE INTERNET.

Ciberopolis.com/2011/09/12/que-es-una-innovación-empresarial.

Bdsconsultores.blogspot.com/2012/03/convivencia-empresarial.htm.

http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm

<http://es.wikipedia.org/wiki/Efectividad>

<http://www.puromarketing.com/13/12498/condiciones-necesarias-para-ofrecer-servicio-calidad.html>

4.27. Anexos.



ANEXO # 1: Modelo de Encuesta.

Instrumento dirigido a dueños de talleres de electrónica, proveedores Trabajadores y clientes de la península de Santa Elena.

El objetivo de la encuesta es obtener información adecuada que permita establecer criterios referentes a la calidad de servicio y modalidad de funcionamiento de los talleres de electrónica, para la elaboración del proyecto de tesis, que es promover un plan de Asociatividad para ello es necesario contestar con la seriedad posible.

I. Información General

INSTRUCTIVO: Para contestar este instrumento sírvase marcar con una **X** el número que corresponda a la alternativa que crea conveniente tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- 5 Siempre
- 4 A menudo
- 3 A veces

1. Condición del informante

- Sexo: Hombre Mujer
- 1 Dueño de taller
- 2 Proveedor
- 3 Cliente

II. Información Específica.

<i>ÁREAS E INDICADORES</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1. ¿Si en la Provincia de Santa Elena existiera una empresa de servicio técnico que trabaje acorde a las exigencias del cliente gozaría de una excelente acogida?					
2. ¿En qué grado de aceptación estaría si los talleres contaran con los recursos necesarios para mejorar el desarrollo de las actividades diarias?					

ÁREAS E INDICADORES	1	2	3	4	5
3. ¿Si los talleres de electrónica trabajan de forma eficiente usted con qué frecuencia llevaría su equipo para el respectivo chequeo ya que se siente motivado por el excelente servicio brindado?					
4. ¿Considera usted que existiría mayor confiabilidad si al llevar a reparar un equipo se encuentra con una empresa legalmente constituida?					
5. ¿Se debe aplicar estrategias para implementar un modelo de calidad adecuado?					
6. ¿Para mejorar el desempeño de los técnicos profesionales es necesario capacitar y llevar un control de las actividades que se efectúan?					
7. ¿En qué escala considera usted que la aplicación de un plan asociativo traería múltiples beneficios donde se puedan aplicar estrategias que ayuden a tener un mejor desempeño?					
8. ¿Se considera usted como una persona responsable y fiel cumplidor a las actividades encomendadas?					
9. ¿El líder gerencial a cargo del plan asociativo debe influir para que los involucrados trabajen de la manera correcta y de una forma participativa?					
10. ¿Formar parte de un plan de Asociatividad le motivara a mejorar su desempeño en sus actividades en base a sus principios técnicos?					
11. ¿Si se trabaja en base a un plan asociativo con los técnicos electrónicos existirá integración y por ende un excelente ambiente laboral?					

<p>12. De acuerdo a su criterio que beneficios le gustaría que brinde una empresa en la modalidad de Asociatividad.</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>13. Que recomendaciones les daría a las personas que desean fomentar esta actividad.</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Sírvase expresar, alguna sugerencia sobre el tema:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es anónimo)</p>

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

OBSERVACIONES:

.....

.....

.....

ANEXO # 2: Modelo de Entrevista.



Instrumento dirigido a dueños de talleres de electrónica en la península de Santa Elena.

1. ¿En qué escala considera usted que la aplicación de un trabajo organizado traería múltiples beneficios donde se puedan aplicar estrategias que ayuden a tener un mejor desempeño?

Siempre A menudo
A veces Casi Nunca
Nunca

2. ¿Se considera usted como una persona responsable y fiel cumplidor a las actividades encomendadas?

Siempre A menudo
A veces Casi Nunca
Nunca

3. ¿El líder gerencial a cargo del equipo debe influir para que los involucrados trabajen de la manera correcta y de una forma participativa?

Siempre A menudo
A veces Casi Nunca
Nunca

4. ¿Formar parte de un plan para trabajar en conjunto le motivara a mejorar su desempeño en sus actividades en base a sus principios técnicos?

Siempre A menudo
A veces Casi Nunca
Nunca

5. ¿Si se trabaja en base a un sistema de colaboración mutua con los técnicos electrónicos existiría integración y por ende un excelente ambiente laboral?

Siempre A menudo
A veces Casi Nunca
Nunca

Gracias por su colaboración.

ANEXO # 3: Cartas de Aval para el desarrollo de Tesis de la Asociatividad de
Técnicos electrónicos.

José Luis Tamayo 14 de Junio del 2012.

Sr.

GALO WILMER GUALE GONZÁLEZ.

EGRESADO DE ING. EN DESARROLLO EMPRESARIAL

De nuestras consideraciones:

Reciba un atento y cordial saludo de parte de un grupo de personas dedicadas a brindar servicio técnico en electrónica en la Parroquia José Luís Tamayo, la presente es para exponer y solicitar lo siguiente:

En reunión celebrada el día sábado 26 de mayo del presente año, en mutuo acuerdo hemos considerado su propuesta, una vez analizado sus virtudes, estudios y deseos de ayudar a la comunidad; encomendar a usted realizar el estudio pertinente u proyecto de Asociatividad que traerá grandes beneficios para la profesión a la que nos dedicamos.

Seguros estamos que nuestro planteamiento tendrá favorable acogida por usted, en nombre del grupo dejamos expresa constancia de consideración y estima.

Atentamente,

EDELBERTO GUALE GONZÁLEZ.
LÍDER DEL GRUPO DE ELECTRÓNICOS

ANEXO # 4: Nomina de Socios que respaldan la propuesta de Asociatividad.



**ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “NUEVA
GENERACIÓN”**

JOSÉ LUIS TAMAYO DOMINGO, 30 DE JUNIO DEL 2013.

FIRMAS DE COMPROMISO.

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS	CÉDULA	FIRMA
1	APOLINARIO SORIANO ROBERT ISMAEL	0928411461	
2	ASENCIO ASENCIO PEDRO IGNACIO	0913816815	
3	CAICHE SUAREZ DARWIN DANIEL	0912539852	
4	CAMATÓN TOMALA ANTONIO JOSÉ	0921326146	
5	CRUZ FLOREANO LEOCADIO VALENTÍN	0912536299	
6	DE LA CRUZ LAÍNEZ VÍCTOR VALERIANO	0907152342	
7	DEL PEZO REYES JUAN JOSE	0918029042	
8	FLOREANO DE LA A OSWALDO CELESTINO	0913233367	
9	GONZÁLEZ DE LA CRUZ CARLOS FRANCISCO	0906596176	
10	GONZÁLEZ LAÍNEZ ISIDRO	0901010793	
11	GUALE GONZÁLEZ EDELBERTO SENÉN	0919828798	
12	GUALE GONZÁLEZ GALO WILMER	0923673875	
13	LAÍNEZ GONZÁLEZ BOLÍVAR NICANOR	0913923298	
14	LIMÓN LAÍNEZ JUAN ANTONIO	0914235288	
15	PARRALES ÁVILA GABRIEL DANIEL	0923401459	
16	REYES MUÑOZ LUIS DANIEL	0909832727	
17	REYES SORIANO CARLOS ENRIQUE	0912161288	
18	ROSALES FIGUEROA TOMAS WILLIAMS	0909310955	
19	ROSALES TOMALA ANDRÉS YOVANY	1206090605	
20	YAGUAL CUADRADO JOSÉ SELVINO	0905896676	156

ANEXO # 5: Carta Aval de la Revisión y Aprobación del Gramatólogo.

ANEXO # 6: Actas Constitutiva de la Asociación de Técnicos electrónicos

**ACTA CONSTITUTIVA DE LA ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS
ELECTRÓNICOS “NUEVA GENERACIÓN”**

En la parroquia José Luis Tamayo Cantón Salinas Provincia de Santa Elena a los 30 días del mes de junio del 2013, siendo las 17H30 en la sede de la Asociación de Artesanos Interprofesionales “MUEY”, previa convocatoria se reúnen un grupo de ciudadanos dedicados a la reparación de equipos electrónicos.

APOLINARIO SORIANO ROBERT ISMAEL	0928411461
ASENCIO ASENCIO PEDRO IGNACIO	0913816815
CAICHE SUAREZ DARWIN DANIEL	0912539852
CAMATÓN TOMALA ANTONIO JOSÉ	0921326146
CRUZ FLOREANO LEOCADIO VALENTÍN	0912536299
DE LA CRUZ LAÍNEZ VÍCTOR VALERIANO	0907152342
DEL PEZO REYES JUAN JOSÉ	0918029042
FLOREANO DE LA A OSWALDO CELESTINO	0913233367
GONZÁLEZ DE LA CRUZ CARLOS FRANCISCO	0906596176
GONZÁLEZ LAÍNEZ ISIDRO	0901010793
GUALE GONZÁLEZ EDELBERTO SENÉN	0919828798
GUALE GONZÁLEZ GALO WILMER	0923673875
LAÍNEZ GONZÁLEZ BOLÍVAR NICANOR	0913923298
LIMÓN LAÍNEZ JUAN ANTONIO	0914235288
PARRALES ÁVILA GABRIEL DANIEL	0923401459
REYES MUÑOZ LUIS DANIEL	0909832727
REYES SORIANO CARLOS ENRIQUE	0912161288
ROSALES FIGUEROA TOMAS WILLIAMS	0909310955
ROSALES TOMALA ANDRÉS YOVANY	1206090605
YAGUAL JOSÉ SERVINO	0905896676

Los asistentes a la reunión acordaron elegir a una persona para dirigir y moderar la asamblea, el mismo que fue designado por aclamación por todos los asistentes, y esta responsabilidad recayó sobre el señor Isidro González, el mismo que se presenta y agradece por la confianza brindada, también menciona que fue parte de la asociación de radio técnicos de la Libertad donde esta entidad no próspero y felicita a todos los asistentes ya que esta iniciativa es de gran importancia ya que uno de los beneficios de la asociación es estar actualizado en el ámbito técnico.

El Director de Asamblea manifiesta a la sala la designación de un secretario provisional, para proceder a realizar la elección.

El Director y el Secretario ponen de manifiesto cómo se van a realizar la elección de las dignidades, dan dos opciones:

Voto Secreto o por Aclamación, y por unanimidad acuerdan que sean designadas por aclamación, de esta manera se procede a la designación de las terna para proceder a elegir al presidente.

El Director propone a la sala misione tres nombres para conformar la terna, y la sala manifiesta las siguientes personas:

GUALE GONZÁLEZ EDELBERTO SENÉN.
CAMATÓN TOMALA ANTONIO JOSÉ.
DE LA CRUZ LAÍNEZ VÍCTOR VALERIANO.

Se procede a la elección por aclamación recayendo la presidencia y las demás dignidades tal como se detallan a continuación:

GUALE GONZÁLEZ EDELBERTO SENÉN.	PRESIDENTE.
CAMATÓN TOMALA ANTONIO JOSÉ.	VICEPRESIDENTE.
DE LA CRUZ LAÍNEZ VÍCTOR VALERIANO.	SECRETARIO.
DEL PEZO REYES JUAN JOSÉ.	PROSECRETARIO.
ROSALES TOMALA ANDRÉS YOVANY.	TESORERO.
GONZÁLEZ LAÍNEZ ISIDRO.	SINDICO.
REYES SORIANO CARLOS ENRIQUE.	BIBLIOTECARIO.
ASENCIO ASENCIO PEDRO IGNACIO.	COMUNICACIÓN.
REYES MUÑOZ LUIS DANIEL.	DEPORTES.

VOCALES PRINCIPALES:

- ✓ GONZÁLEZ DE LA CRUZ CARLOS FRANCISCO.
- ✓ YAGUAL CUADRADO JOSÉ SELVINO.
- ✓ PARRALES ÁVILA GABRIEL DANIEL.

VOCALES SUPLENTE:

- ✓ CRUZ FLOREANO LEOCADIO VALENTÍN.
- ✓ FLOREANO DE LA A OSWALDO CELESTINO.
- ✓ LAÍNEZ GONZÁLEZ BOLÍVAR NICANOR.

Una vez posicionada la directiva de la institución naciente a través de su presidente considera que es necesario definir el nombre con el que se va a identificar a la asociación, para ello los asistentes dan a conocer su criterio e ideas de las cuales se mencionan las siguientes:

- ✓ ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “SLS”
- ✓ ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “ACDC”
- ✓ ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “REALES TAMARINDOS”
- ✓ ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “30 DE JUNIO”

- ✓ ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “ALFA Y OMEGA”
- ✓ ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “IC”
- ✓ ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “MHZ”
- ✓ ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “NUEVA GENERACIÓN”

Por mayoría de votos el nombre de la institución se definió como:

ASOCIACIÓN DE TÉCNICOS ELECTRÓNICOS “NUEVA GENERACIÓN” Y AFINES.

En dicha reunión también se discutió el lema de la institución a continuación se detallan los siguientes:

- ✓ UNIDOS POR LA SUPERACIÓN.
- ✓ AL SERVICIO POR LA COMUNIDAD.
- ✓ UNIÓN TECNIFICACIÓN Y PROGRESO.
- ✓ SIEMPRE ADELANTE.
- ✓ AVANZANDO CON LA TECNOLOGÍA.
- ✓ TECNIFICACIÓN Y SUPERACIÓN.
- ✓ LA TECNOLOGÍA AVANZA.

Por mayoría de votos el lema de la institución es el siguiente:

UNIÓN, TECNIFICACIÓN Y PROGRESO.

Una vez analizados los puntos se quedó que la próxima reunión se efectuara el día Domingo 7 de Julio, el presidente agradece la asistencia de los presentes y da por finalizada la reunión

Atentamente,

Edelberto Guale González.

PRESIDENTE.

Víctor de La Cruz Laínez

SECRETARIO.

ANEXO # 7: Ubicación de la Asociación de Técnicos Electrónicos



ANEXO # 8: Fotos de Reuniones entre los Integrantes de Talleres electrónicos













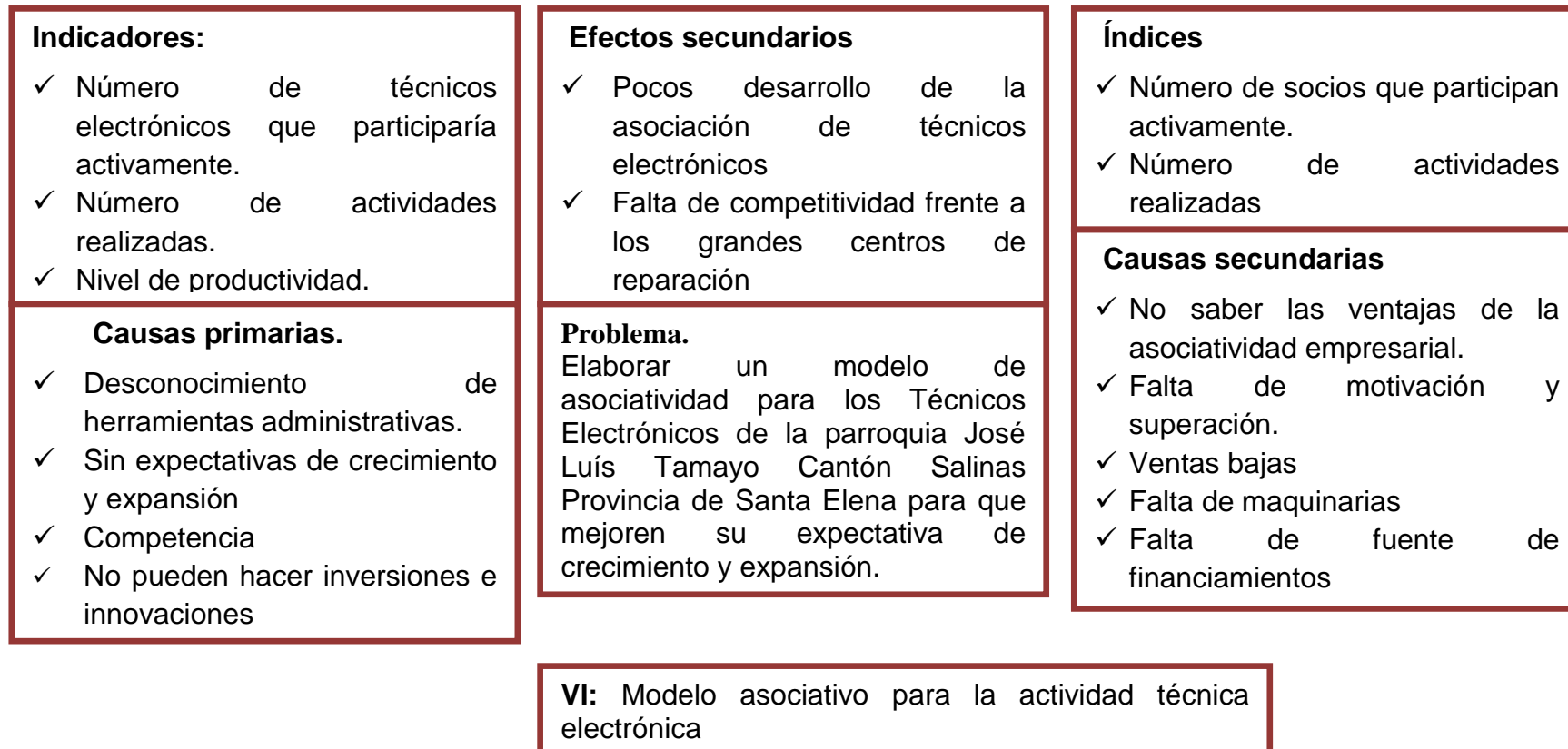








ANEXO # 9: Árbol de problemas



Fuente: Paredes de la Cruz., Paredes Garcés., Wilson Gonzalo., (2011). Investigación Acción: Editorial RIJABAL.

Elaborado por: Galo Guale

ANEXO # 10:Objetivos de Investigación.

PARA OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

- ♦ **OBJETIVO ESPECÍFICO:** Realizar un diagnóstico situacional de las personas que se dedican a la reparación electrónica en la parroquia José Luís Tamayo.

VARIABLE	FUENTE	PROCEDIMIENTO O RECOLECCIÓN	ESTRATEGIAS ANÁLISIS
Diagnóstico situacional FODA	Dueños Electrónicos Ayudantes.	Observación Entrevista	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Fortalezas ♦ Oportunidades ♦ Debilidades ♦ Amenazas
Ventaja competitiva	Dueños Electrónicos Ayudantes.	Observación Entrevista	Análisis de información obtenida

PARA OBJETIVOS DE APLICACIÓN.

- ♦ **OBJETIVO ESPECÍFICO:** Diseñar una estructura organizativa que contribuya a lograr el funcionamiento de la asociación.

PROCEDIMIENTOS	APOYO	PRODUCTOS
Estructura organizativa Descripción de los elementos De la estructura organizativa.	Dueños de electrónica Electrónicos Ayudantes.	Plantear el modelo de asociatividad

PARA OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN,

- ♦ **OBJETIVO ESPECÍFICO:** Definir objetivos y políticas que rijan el desarrollo de la Asociación en base al entorno actual.

VARIABLE	FUENTE	PROCEDIMIENTO O RECOLECCIÓN	ESTRATEGIAS ANÁLISIS
Objetivos y finalidad	Electrónicos	Entrevista y observación	Procesamiento datos estadísticos

PARA OBJETIVOS DE APLICACIÓN

- ♦ **OBJETIVO ESPECÍFICO:** Diseñar procedimientos para la asociación de electrónicos de la parroquia José Luís Tamayo.

PROCEDIMIENTOS	APOYO	PRODUCTOS
Estatutos y reglamentos	Electrónicos	Propuesta de nuevos procedimientos para obtener beneficios de servicios, convenios, Formación y promoción y publicidad.

ANEXO # 11: Plan de Acción.

PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LOS TÉCNICOS ELECTRÓNICOS DE LA PARROQUIA JOSÉ LUÍS TAMAYO CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA				
Problema principal: Desventaja en la calidad der servicio técnico frente a las grandes empresas técnicas.				
Fin del proyecto: Implementación de un plan de asociatividad para los Técnicos Electrónicos de la Parroquia José Luís Tamayo Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.			Indicadores:	
Propósito del proyecto: Reunir a los técnicos electrónicos del Cantón Salinas mediante un sistema de asociatividad para desarrollar estrategias competitivas y mejorar la calidad de servicio de esta actividad.			<ul style="list-style-type: none"> ♦ Listado de Asociaciones del MIES. ♦ Encuesta a clientes potenciales. ♦ Entrevistas a los Técnicos Electrónicos. 	
Objetivos Específicos	Indicadores	Estrategias	Coordinador del objetivo	Actividades
Investigar las preferencias de los clientes hacia un servicio técnico de calidad.	<p>Base de datos de clientes que visitan los talleres de electrónica.</p> <p>Investigación de mercado para determinar gustos y preferencias de los clientes.</p>	<p>Dar a conocer el servicio técnico como una entidad legalmente constituida destacando las ventajas de la asociatividad.</p> <p>Mejorar la atención e imagen, al contar con recursos necesarios y acordes para esta actividad.</p>	<p>Directivos</p> <p>Socios</p>	<p>1.1 Seleccionar el servicio estrella; es decir características acordes a las exigencias de los clientes.</p> <p>1.2. Diseñar campañas promocionales.</p> <p>1.3. Seleccionar el grupo objetivo.</p> <p>1.4. Determinar el costo de los recursos y la tecnología.</p> <p>1.5. Ejecutar la actividad.</p>
Determinar cuáles son las necesidades de los clientes.	<p>Clientes insatisfechos.</p> <p>Información de talleres miembros de la asociación.</p>	<p>La asociación de Técnicos Electrónicos “Nueva Generación” ofrecerá su servicio a nivel local en primera instancia y luego seguir la visión de acaparar en mercado Nacional e Internacional.</p>	<p>Directivos</p> <p>Socios</p>	<p>2.1. Establecer las fuentes de información</p> <p>2.2. Definir nuevos mercados objetivos</p> <p>2.3. Definir el presupuesto del estudio</p> <p>2.4. Ejecutar el estudio</p>
Analizar puntos estratégicos para brindar el servicio técnico.	<p>Encuesta.</p>	<p>Posicionamiento en la mente del consumidor.</p> <p>Lograr ser una empresa líder y pionera en el servicio técnico.</p>	<p>Directivos</p> <p>Socios</p>	<p>3.1. Determinar el campo de acción.</p> <p>3.2. Fijar el tamaño de la muestra</p> <p>3.3. Elaborar el cuestionario</p> <p>3.4. Establecer el presupuesto del estudio.</p> <p>3.5. Ejecutar el estudio.</p>
Implementar un programa de Marketing para ofertar en el mercado los servicios brindados por los técnicos electrónicos.	<p>Porcentaje de clientes que prefieren una excelente calidad de servicio sobre el número de clientes que prefieren a la competencia.</p> <p>Porcentaje de clientes satisfechos sobre porcentaje de clientes insatisfechos</p>	<p>Dar a conocer las ventajas competitivas de la Asociación y capacitar a los socios.</p>	<p>Directivos</p> <p>Socios</p>	<p>4.1. Establecer la dirección de la asociación.</p> <p>4.2. Seleccionar los espacios en los medios publicitarios.</p> <p>4.3. Fijar herramientas adicionales de difusión con el fin de captar la atención del mercado meta.</p> <p>4.4. Elaborar el presupuesto.</p> <p>4.5. Ejecutar la actividad.</p>

ANEXO # 12:Foda.

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Predisposición a la Asociación➤ Clientes frecuentes➤ Eficiente trabajo en equipo➤ Experiencia en el servicio de reparación➤ Actitud de Superación➤ No perderán su autonomía jurídica	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Demanda constante por ser un servicio de innovación electrónica.➤ Ofrecer servicios complementarios.➤ Acceso al financiamiento a través de préstamos.➤ Mayor poder de negociación.➤ Se comparte riesgos y costos.➤ Reducción de costos.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">✚ Desconocimiento de herramientas administrativas como la Asociatividad.✚ Herramientas de reparación obsoletas✚ Individualidad, desconfianza✚ Procedimientos no definidos	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">✚ Aumento de competencia por parte de los grandes centros de reparación✚ Pérdida de cliente por una mal servicio✚ Rápidos cambios tecnológicos✚ Incremento de materia prima

ANEXO # 13: Tabla de la Chi Cuadrada.

TABLA 5
Valores críticos
de chi-cuadrada

χ^2_{100}	χ^2_{950}	χ^2_{925}	χ^2_{910}	χ^2_{905}	gl
2.70554	3.84146	5.02389	6.63490	7.87944	1
4.60517	5.99147	7.37776	9.21034	10.5966	2
6.25139	7.81473	9.34840	11.3449	12.8381	3
7.77944	9.48773	11.1433	13.2767	14.8602	4
9.23635	11.0705	12.8325	15.0863	16.7496	5
10.6446	12.5916	14.4494	16.8119	18.5476	6
12.0170	14.0671	16.0128	18.4753	20.2777	7
13.3616	15.5073	17.5346	20.0902	21.9550	8
14.6837	16.9190	19.0228	21.6660	23.5893	9
15.9871	18.3070	20.4831	23.2093	25.1882	10
17.2750	19.6751	21.9200	24.7250	26.7569	11
18.5494	21.0261	23.3367	26.2170	28.2995	12
19.8119	22.3621	24.7356	27.6883	29.8194	13
21.0642	23.6848	26.1190	29.1413	31.3193	14
22.3072	24.9958	27.4884	30.5779	32.8013	15
23.5418	26.2962	28.8485	31.9999	34.2672	16
24.7690	27.8571	30.1910	33.4087	35.7185	17
25.9894	28.8693	31.5264	34.8053	37.1564	18
27.2036	30.1435	32.8523	36.1908	38.5822	19
28.4120	31.4104	34.1696	37.5662	39.9968	20
29.6151	32.6705	35.4789	38.9321	41.4010	21
30.8133	33.9244	36.7807	40.2894	42.7956	22
32.0069	35.1725	38.0757	41.6384	44.1813	23
33.1963	36.4151	39.3641	42.9798	45.5585	24
34.3816	37.6525	40.6465	44.3141	46.9278	25
35.5631	38.8852	41.9232	45.6417	48.2899	26
36.7412	40.1133	43.1944	46.9630	49.6449	27
37.9159	41.3372	44.4607	48.2782	50.9933	28
39.0875	42.5569	45.7222	49.5879	52.3356	29
40.2560	43.7729	46.9792	50.8922	53.6720	30
51.8050	55.7585	59.3417	63.6907	66.7659	40
63.1671	67.5048	71.4202	76.1539	79.4900	50
74.3970	79.0819	83.2976	88.3794	91.9517	60
85.5271	90.5312	95.0231	100.425	104.215	70
96.5782	101.879	106.629	112.329	116.321	80
107.565	113.145	118.136	124.116	128.299	90
118.498	124.342	129.561	135.807	140.169	100

4.27. Glosario.

CLIENTE: Persona o empresa que ejecuta el acto de la compra. Un cliente puede ser un comprador, consumidor o un canal de distribución.

CULTURA: Es un sistema de creencias, valores y comportamientos adquiridos y compartidos por un grupo social.

VALOR AGREGADO: Se refiere un valor adicional que se le otorga a un producto como consecuencia de una actividad particular, para ganar competitividad.

ESTRATEGIAS: En un proceso regulable; es el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. Una estrategia por lo general abarca los objetivos, las metas, los fines, la política y la programación de acciones de un todo organizacional o individual.

PLAN: Conjunto de programas y proyectos relacionados entre sí y conducentes a un objetivo común. También conjunto armónico de actividades para lograr un resultado concreto.

CALIDAD: Es la referencia y el objetivo de cualquier actividad desarrollada en la empresa.

PRESUPUESTO: Plan financiero de ingresos y egresos de corto plazo conformado por programas, proyectos y actividades a realizar por una organización.

BENCHMARKING: Se refiere a la acción de comparar nuestra empresa con la competencia en términos de calidad, procesos y la actividad que se dedican cada una.

COMUNICACIÓN: Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra.

EFICACIA: Es el grado en el cual se logran los objetivos, basándose en la relación de los resultados obtenidos.

EFICIENCIA: Es la expresión que mide la capacidad o cualidad de la actuación de un sistema o sujeto económico para lograr el cumplimiento de un objetivo determinado.

FILOSOFÍA: Identifica la forma de ser de una empresa, también de la cultura empresarial, tiene que ver con los principios y valores empresariales.

INNOVACIÓN: Acción y efecto de innovar. Creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado.

LIDERAZGO: Situación de superioridad en que se halla una empresa, un producto o un sector económico, dentro de su ámbito.