



UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**“DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA
PARA EL GRUPO ARTESANAL “MUJERES EMPRENDE-
DORAS”, EN LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA
MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMISTRACIÓN DE TURISMO

AUTORA: DIANA MARIBEL FIGUEROA SUÁREZ.

TUTORA: Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**“DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA
PARA EL GRUPO ARTESANAL “MUJERES EMPRENDE-
DORAS”, EN LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA
MANGLAR-ALTO, CANTÓN SANTA ELENA,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2014”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMISTRACIÓN DE TURISMO

AUTORA: DIANA MARIBEL FIGUEROA SUÁREZ.

TUTORA: Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, Enero del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de tesis, **“DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL GRUPO ARTESANAL “MUJERES EMPRENDEDORAS”, EN LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**, elaborado por la Srta. DIANA MARIBEL FIGUEROA SUÁREZ, egresada de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haberla orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Jesús, por ser mi guía espiritual, a mi querida madre Elia Suárez Reyes, mi querido padre, hermanos, tíos y abuelitos por estar dándome fortalezas en todo este proceso de graduación y durante el lapso de mi vida.

Diana

AGRADECIMIENTO

Hago extenso mi agradecimiento a todos los que me han apoyado durante mi vida, especialmente durante estos meses importantes para mi desarrollo profesional: familiares, amigos, docentes y compañeros.

Diana

TRIBUNAL DE GRADO

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

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO

Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc
PROFESOR-TUTOR

Ing. Jhony Yumisaca Tuguinga, Msc
PROFESOR DEL ÁREA

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

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

“DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL GRUPO ARTESANAL “MUJERES EMPRENDEDORAS”, EN LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

Autor: Diana Figueroa Suárez

Tutor: Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.

RESUMEN

La presente investigación propone elaborar un Diseño de Gestión Administrativa para el Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía ubicada en la comunidad del mismo nombre, parroquia Manglaralto, Cantón y Provincia de Santa Elena. Propone diseñar un modelo de gestión administrativa desde el punto de vista del talento humano a través del empoderamiento hacia el rol que desempeñan dentro de la asociación de forma interna y hacia el cliente externo, que se ve plenamente justificada al cubrir una necesidad que poseen las socias frente a diversas problemáticas como la poca competitividad y comercialización de sus productos, teniendo como objetivo liderar la elaboración de artesanías en calidad, diversidad, precios, cumplimiento en la entrega a través del establecimiento de programas, estrategias y actividades, mejorando los procesos administrativos de la organización. Para ello la investigación que se realizó fue de tipo bibliográfica, y de campo, pues permitió utilizar fuentes de autores para sustentar la propuesta, así como de los datos que proporciona la población en estudio conformada por los directivos, las afiliadas y los turistas. Se presenta la información en cuatro capítulos que se los detalla a continuación: en el primero se presentan los antecedentes del tema, la conceptualización de las variables dependiente e independiente y el marco legal; en el segundo se muestra la metodología utilizada para el levantamiento de información y la determinación de la muestra; en el tercero se presenta la información de los datos obtenidos en la aplicación de las técnicas de encuesta y entrevista mediante el uso de gráficos estadísticos con sus respectivos análisis, además de las conclusiones respectivas a las que se llega con la información obtenida; como resultado se presenta el modelo de gestión, con su respectivo diagnóstico situacional utilizando las matrices FODA y PEST, allí se presenta el plan respectivo y posteriormente los programas a seguir para el cumplimiento de los objetivos propuestos: reorganización del grupo artesanal, formación del recurso humano, mejora de infraestructura, mejora de la comunicación efectiva y producción de los productos artesanales.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XV
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	3
TEMA	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO (PROBLEMA)	6
SISTEMATIZACIÓN.....	6
EVALUACIÓN.....	7
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	7
OBJETIVOS	8
OBJETIVO GENERAL.....	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	9
CAPÍTULO I.....	12

MARCO TEÓRICO.....	12
1.1..ANTECEDENTES DEL PROBLEMA Y DE LAS VARIABLES.....	12
1.2. MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	14
1.3. GRUPO ARTESANAL	20
1.3.1. Definición de grupo artesanal	20
1.3.2. Características de los grupos artesanales	21
1.3.3. Actividad Artesanal.....	21
1.3.4.1. Clasificación de las artesanías.....	22
1.4. MARCO LEGAL	25
1.4.1. Constitución de la República del Ecuador.	25
1.4.2. Reglamento a Ley de Turismo	26
1.4.3. Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador – PLANDETUR 2020	26
1.4.4. Plan Nacional del Buen Vivir.....	27
1.4.5. Reglamentos internos de la institución.....	28
CAPÍTULO II	30
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	30
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	31
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
2.5. TÉCNICAS	33
2.6. INSTRUMENTOS	34
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	34

2.8. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	35
CAPÍTULO III.....	36
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	36
3.1..ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS.....	36
3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS.	39
3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS SOCIAS ACTIVAS DEL GRUPO ARTESANAL, “MUJERES EMPREENDEDORAS” DE LA COMUNA CURÍA.....	53
3.4. CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA APLICACIÓN DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS.	61
3.5. RECOMENDACIONES DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA APLICACIÓN DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS.	62
CAPÍTULO IV.....	63
MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL GRUPO ARTESANAL MUJERES EMPREENDEDORAS DE LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.	63
4.1. PRESENTACIÓN.....	63
4.2. JUSTIFICACIÓN.	64
4.3. MISIÓN.....	65
4.4. VISIÓN.	65
4.5. OBJETIVO GENERAL.....	65
4.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	65
4.7. VALORES CORPORATIVOS.....	66

4.8. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	67
4.8.1. PEST (Político, económico, socio-cultural y tecnológico)	67
4.8.2. Análisis FODA.....	69
4.8.3. Matriz estratégico FODA.....	72
4.9. MODELO DE GESTIÓN DEL GRUPO DE EMPRENDEDORAS DE LA COMUNA CURÍA.....	73
4.9.1. Programas.....	76
4.9.2. Proyectos	77
4.9.2.1. Línea Estratégica de Reorganización del Grupo Artesanal.....	77
4.9.2.2. Línea Estratégica de Formación del Recurso Humano	82
4.9.2.2.1. Programa de Capacitaciones para las Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía	83
4.9.2.3. Línea Estratégica Mejora de Infraestructura	86
4.9.2.3.1. Diseño de la adecuación de la sede de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía.....	87
4.9.2.4. Línea Estratégica Mejora de la Comunicación Efectiva	89
4.9.2.4.1. Políticas para el Manejo de la Información.....	90
4.9.2.5. Línea Estratégica Promoción de los Productos Artesanales	93
4.10. Presupuesto	97
5. CONCLUSIONES	98
6. RECOMENDACIONES	99
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	100
8. ANEXOS.....	105
8. 1. FORMATO DE ENCUESTAS.....	105
8.2. FORMATO DE ENTREVISTAS	109
8.3. ANEXO DE FOTOGRAFÍAS	111

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN DE MODELO ADMINISTRATIVA.....	10
TABLA 2: VARIABLE DEPENDIENTE: GRUPO ARTESANAL.....	11
TABLA 3: Muestra.....	35
TABLA 4: Género de los turistas.....	39
TABLA 5: Edad de los turistas encuestados.....	40
TABLA 6: Lugar de residencia.....	41
TABLA 7: Estado civil.....	42
TABLA 8: Nivel de estudio de los encuestados.....	43
TABLA 9: Situación laboral.....	44
TABLA 10: Promedio de Ingresos.....	45
TABLA 11: Medios de transporte.....	46
TABLA 12: Tipo de turismo que realiza.....	47
TABLA 13: Conoce el Grupo Artesanal de Curía.....	48
TABLA 14: Clases de artesanías.....	49
TABLA 15: Participación en la elaboración de artesanías.....	50
TABLA 16: La aplicación de un modelo de gestión administrativa.....	51
TABLA 17: Aportación en el diseño de un modelo de gestión.....	52
TABLA 18: Edad de las socias encuestadas.....	53
TABLA 19: Nivel de estudio.....	54
TABLA 20: Ingresos económicos.....	55
TABLA 21: Importancia de las actividades de las artesanas.....	56
TABLA 22: Implementación de un modelo de gestión.....	57
TABLA 23: Aportes del diseño organizacional.....	58
TABLA 24: Posicionamiento de marca.....	59
TABLA 25: Apoyo a las actividades de emprendimiento.....	60
TABLA 26: Matriz PEST (Político, económico, socio-cultural y tecnológico)..	67
TABLA 27: Matriz de Análisis FODA.....	70
TABLA 28: Matriz de Direccionamiento Estratégico.....	72

TABLA 29: Programa del Modelo de Gestión Administrativa para el Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía	76
TABLA 30: Reorganización del Grupo Artesanal.....	77
TABLA 31: Cronograma y Presupuesto del Proyecto de Reorganización del Grupo Artesanal	81
TABLA 32: Formación del Recurso Humano	82
TABLA 33: Cronograma y presupuesto Proyecto de Formación del Recurso Humano.....	85
TABLA 34: Mejora de Infraestructura	86
TABLA 35: Cronograma y presupuesto del proyecto de Mejora de Infraestructura	88
TABLA 36: Mejora de la comunicación efectiva	89
TABLA 37: Cronograma y presupuesto Proyecto de Mejora de la comunicación efectiva	92
TABLA 38: Promoción de los productos artesanales	93
TABLA 39: Cronograma y Presupuesto promoción de los productos artesanales	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Modelo de empoderamiento	18
GRÁFICO 2 : Modelo de comportamiento organizacional	19
GRÁFICO 3: Género de los turistas	39
GRÁFICO 4: Edad de los turistas encuestados.....	40
GRÁFICO 5: Lugar de residencia.....	41
GRÁFICO 6: Estado civil.	42
GRÁFICO 7: Nivel de estudio.....	43
GRÁFICO 8: Situación laboral actual.	44
GRÁFICO 9: Promedio de ingresos.	45
GRÁFICO 10: Medio de transporte.....	46
GRÁFICO 11: Tipos de turismo	47
GRÁFICO 12: Conoce el Grupo Artesanal de Curía.....	48
GRÁFICO 13: Clases de artesanías.	49
Gráfico 14: Participación en la elaboración de artesanías	50
GRÁFICO 15: La aplicación de un modelo de gestión administrativa	51
GRÁFICO 16: Aportación en el diseño de un modelo de gestión.....	52
GRÁFICO 17: Edad de las socias encuestadas.....	53
GRÁFICO 18: Nivel de estudio.....	54
GRÁFICO 19: Ingresos económicos	55
GRÁFICO 20: Importancia de las actividades de las artesanas.....	56
GRÁFICO 21: Implementación de un modelo de gestión	57
GRÁFICO 22: Aportes del diseño organizacional.....	58
GRÁFICO 23: Posicionamiento de marca.....	59
GRÁFICO 24: Apoyo a las actividades de emprendimiento	60
GRÁFICO 25: Modelo de Gestión de Empoderamiento del Grupo de Emprendedoras de la Comuna Curía.....	74
Gráfico 26: Mapa de relacionamiento institucional	75
GRÁFICO 27: Estructura Orgánica de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Curía.....	78

GRÁFICO 28 Diseño de la adecuación de la sede de la Asociación de Mujeres
Emprendedoras de la Comuna Curía..... 87

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Formato de Encuestas	105
ANEXO 2: Formato de entrevistas	109
ANEXO 3: Anexo de fotografías	111

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación Diseño de modelo de gestión administrativa para el Grupo Artesanal de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía, se desarrolló en esta comunidad perteneciente a la parroquia Manglaralto, cantón y provincia de Santa Elena, considerando la elaboración de una propuesta de investigación que parte de la necesidad de mejorar la productividad y comercialización de las artesanías que producen las socias, debido a los problemas que actualmente se presentan como la desorganización, falta de planificación y conocimiento para llevarla a efecto, además de una guía que contribuye a la aplicación de un nuevo modelo organizacional.

Es así que se plantea la elaboración de este diseño presentándose un marco contextual en el que se define el tema, la justificación, los objetivos, la hipótesis, su conceptualización y operacionalización de las variables, teniendo como objetivo para el desarrollo del documento la conceptualización, metodología y aplicación de estudio de campo, así como también el modelo de gestión administrativa, por lo cual el trabajo se divide en cuatro capítulos que se describen a continuación:

En el capítulo I, se conceptualizan los ítems a tratar dentro de la propuesta subdividida en dos variables independiente y dependiente, las mismas que respaldan la investigación definida por varios autores. Se destacan los principios y propósitos de gestión, definición de grupo artesanal, artesanías, calidad, procesos y modelos de gestión; también se presentan los antecedentes de la investigación en donde se enlistan los beneficios de la aplicación de un modelo de gestión y el respectivo marco legal que se fundamenta en las leyes actuales del Ecuador desde la Constitución, la ley y el reglamento del turismo, los objetivos del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo para Ecuador al año 2020, y su enfoque en los principios del Buen Vivir alineado a los programas actuales del Gobierno.

En el capítulo II se establecen los procesos realizados en el diseño de la investigación: tipo, definición de los métodos, técnicas e instrumentos para la obtención de la información, partiendo de la población y muestra que conllevan a la determinación del número de individuos que forman el objeto de estudio.

En el capítulo III se muestra el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas y entrevistas a los involucrados en el proceso de investigación: turistas, socias y directivos con la finalidad de obtener información relevante para la elaboración del diagnóstico situacional del grupo artesanal y la percepción frente al diseño del modelo de gestión administrativa, los mismos que se presentan a través de tablas y gráficos estadísticos con su respectivo análisis. Al final las conclusiones y recomendaciones a las que llega el autor una vez concluido el estudio de cada uno de los indicadores de evaluación considerados en los instrumentos.

En el capítulo IV se presenta el modelo de gestión administrativa que contiene los principios rectores del proyecto: misión, visión, políticas y objetivos; así también se desarrolla el diagnóstico situacional del grupo artesanal, con la aplicación de la matriz FODA; la estructura organizacional en donde se muestra un organigrama funcional orientado a la determinación de responsabilidades de cada uno de los integrantes de la asociación; la determinación de los programas, encontrándose dentro de las estrategias la capacitación, mejora del sistema de comunicación y adecuación e implementación de equipos de oficina para la sede del grupo con sus respectivos cronogramas y presupuestos, así como los responsables y el financiamiento.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación en donde se determina la urgencia de la aplicación del modelo que beneficie el trabajo que vienen realizando hasta el momento el Grupo Artesanal de Emprendedoras de la Comuna Curía; la respectiva bibliografía y los anexos que fundamentan el estudio realizado.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA

“DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL GRUPO ARTESANAL “MUJERES EMPRENDEDORAS” , EN LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Las artesanías son productos manuales elaborados con la ayuda de herramientas e instrumentos mecánicos donde impera la creatividad utilizada por los artesanos. Su materia prima procede de recursos naturales, y su límite en producción es inalcanzable en muchos países como: Guatemala, México, Colombia e inclusive Perú. Su uso es variado pudiendo ser utilitarias, estéticas, creativas, vinculadas a la cultura, funcionales, etc.

Según la Asociación Promotora de Productores y Empresarios Salvadoreños (PROESA, 2011) en países como Guatemala este sector se encuentra conformado por aproximadamente un millón de personas, en su mayoría indígenas dispersos en los 22 departamentos de la República con mayor concentración en la parte occidental y central del país, de las cuales se estima que un 70% son mujeres artesanas tejedoras, siendo por esta razón la producción textil la mayor rama artesanal del país en telares de cintura y de pedal, aplicaciones bordadas y productos tejidos en crochet. Pág. #7.

De este país se pueden destacar varias de las actividades realizadas para dar realce a la producción artesanal, entre las que resaltan la agrupación de productores, conformando organizaciones de apoyo productivo, social y comercial, así como también el logro de exportaciones a diferentes destinos del mundo, sin embargo su

principal estrategia se ha basado en el diseño e innovación de productos logrando actualmente una oferta de mejor calidad, colores y diseños adaptados a las tendencias de los mercados mundiales y una capacidad productiva más tecnificada que la que se tenía en la década pasada. Pág. # 7

Según el Gobierno del Estado de México (2011), se puede ver también la oferta de artesanías a través de la página oficial del Gobierno, específicamente en la sección de turismo, destacando que sus productos cubren las ramas esenciales y la mayor parte de sus derivaciones están cubiertas por más de un 80% del territorio estatal.

Es así, que para el Gobierno de México la frase “Nuestra artesanía es un producto de exportación altamente valorado en el extranjero” hace referencia a la gran importancia que le dan los mexicanos a la producción artesanal para ofertarla a nivel internacional, tal es el seguimiento que realizan sus funcionarios respecto al tema que describen cada una de estas, el lugar y el grupo que la elabora. Entre sus objetivos ha estado siempre hacer partícipes a los 5 grupos étnicos en esta producción, conservando así los rasgos propios de su esencia en la producción de estas.

En el Ecuador las artesanías se producen en todas las regiones del país, siendo estas muy variadas debido a la extracción de la materia prima que se distingue según el espacio donde se encuentren los artesanos, no existe una página oficial para la oferta de las artesanías, sin embargo se promocionan por parte de los gobiernos locales, asociaciones u organizaciones, o a través de la agrupación de los productores.

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR, 2013), señala que las artesanías del país son una de las más apreciadas de Sudamérica, por tal razón las exportaciones desde el 2007 hasta el 2012 han estado entre 2169 a 4120 toneladas, generando desde 13.000 dólares a 30.432

anuales, sin embargo una gran parte de estas artesanías, se ofertan y se vende locamente a nivel del país. Pág. # 1.

En Santa Elena en todos los rincones de la provincia se realizan diversos tipos de artesanías, existiendo lugares reconocidos por su elaboración como Dos Mangas, Libertador Bolívar, Sitio Nuevo, Atahualpa, entre otros.

La Comuna Curía se encuentra ubicada a 64 km de la capital de la provincia y a 10km de la cabecera parroquial de Manglaralto, del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena. La Asociación de Mujeres Emprendedoras de la comuna cuenta con su propia sede, la misma que se encuentra ubicada en la calle 9 de Octubre y calle Rocafuerte, sitio en el que realizan la programación de sus actividades, así como reuniones para llegar a acuerdos entre las socias y su directiva.

La organización empezó sus actividades legalmente el 9 de agosto del 2008, mediante Acuerdo 10152, cuando se encontraba en el cargo de la Dirección Provincial del Ministerio de Inclusión Económica y Social la Arq. Mónica Elizabeth Becerra Centeno.

En sus inicios se registraron un total de 20 socias, quedando como parte de la directiva provisional Elia Margarita Suárez Reyes, presidenta; Daisy Roxana Borbor Burgos, vicepresidenta; María Magdalena Suárez Hermenejildo, secretaria; y Elena Jacinta Ángel Aquino Tesorera continuando actualmente sus funciones después de haber sido reelectas una vez constituida la asociación, a excepción del cargo de secretaria que ahora lo desempeña Rosa Emperatriz Suárez Pozo.

En la asociación realizan productos de paja toquilla como sombreros cuyo destino de venta es la comunidad de Libertador Bolívar en un 90%, quedando el porcentaje restante de exhibición en sus casas, también realizan tejidos de nylon como carteras, sombreros, vestidos, pinchos, moños y cintillos. Otras de sus

creaciones son las elaboradas con caña guadua de las que se destacan floreros, centros de mesas, alcancías, portarretratos y cajas de regalo. De la tagua y la concha Spondylus se obtienen aretes en diversos tamaños, colores y formas que dejan maravillados a quienes tienen la oportunidad de apreciarlos. La comercialización de estos productos la realizan a través de ferias que coinciden con la celebración de las festividades de la comunidad y en otros eventos representativos de la provincia, siendo esta oferta mayor a la demanda por la poca aplicación de estrategias de comercialización que ayuden a la distribución de sus productos; de esta manera se ve reflejado que uno de sus mayores problemas es la comercialización de sus productos, debido a que no poseen un documento que oriente a las artesanas para mejorar los procesos administrativos que conlleven a incrementar la productividad y competitividad en las ventas.

A esto se suma la poca responsabilidad mostrada por algunas socias al momento de asistir a la programación de actividades y a las reuniones, sean estas ordinarias o extraordinarias.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CIENTÍFICO (PROBLEMA)

¿COMO INFLUIRÁ EL DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL GRUPO ARTESANAL “MUJERES EMPRENDEDORAS”, EN LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013?

SISTEMATIZACIÓN

¿Qué incidencia tiene la falta del Diseño de Asociación Mujeres Emprendedoras?

¿Qué tanto mejorará la comercialización de sus productos con el Diseño?

¿Servirá el documento como una guía que oriente a las artesanas para mejorar los procesos administrativos que conlleven a incrementar la productividad y competitividad en las ventas?

¿Se logrará establecer el direccionamiento de una cultura organizacional que fomente en las socias los valores de responsabilidad, compromiso empresarial y participación activa?

EVALUACIÓN

El trabajo de investigación que se presenta está enfocado en las falencias administrativas del grupo artesanal de mujeres en la comuna Curía que en la actualidad presenta un bajo rendimiento debido a que no cuenta con una guía específica para realizar y desarrollar proyectos en diferentes ámbitos que aporten al desarrollo integral de todos sus participantes.

Las pocas campañas publicitarias, la insuficiente planificación y la escasa administración dan como resultado el bajo rendimiento económico del grupo artesanal, esto se evidencia comparándola con otros grupos de la provincia que se dedican a la elaboración de artesanías. Estas condiciones hacen que las gestiones en el grupo artesanal solo sean viables y rentables en determinadas épocas del año, convirtiéndose en una actividad única y netamente de subsistencia de las mujeres emprendedoras de la zona.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Esta investigación tiene como propósito contribuir con un modelo de gestión administrativa permitiendo desarrollar las actividades productivas y turísticas que logren alcanzar el éxito en el desenvolvimiento de las diferentes actividades que realice el grupo artesanal, lo cual conlleva a la satisfacción de los servicios que receptan los visitantes.

El diseño de un modelo de gestión administrativa es fundamental en la planificación de organizaciones o empresas que desean encaminar sus actividades

hacia nuevas direcciones, siendo proactivos en la realización de estrategias que les permitan anticiparse a los problemas que se presenten.

Este estudio fundamenta su relevancia al convertirse en una guía que permita que un grupo de personas encuentren procedimientos para la actuación en las diversas actividades que presenta la asociación, se encuentra literalmente ligada a la administración en turismo al ser considerado su producto como un servicio complementario y como atractivo potencial para su promoción. El fin es aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad y que el aprendizaje y los conocimientos los vayan adquiriendo a corto, mediano o largo plazo. Esta propuesta responde a una decisión sobre el uso de recursos con algunos de los objetivos de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios del país y dentro de la comunidad, así como fortalecer al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana que busca mejorar la supervivencia y el bienestar de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

Diseñar un modelo de gestión administrativa mediante la realización de un diagnóstico situacional a través de matrices orientadas al mejoramiento de la productividad y comercialización de las artesanías, estableciendo la estructura orgánica del grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” de la Comuna Curía.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Fundamentar teóricamente los conceptos de la investigación de las variables dependiente e independiente que oriente el entendimiento del objeto de estudio.

- Delinear los aspectos metodológicos de la investigación a través de la selección adecuada de métodos, técnicas e instrumentos mediante la validación conceptual de documentos.
- Levantar, presentar y analizar la información a través de la aplicación de las técnicas de encuesta, entrevista y observación para el establecimiento de la opinión de los involucrados.
- Diseñar un modelo de gestión administrativa describiendo las diferentes actividades y métodos que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo de la actividad turística de la Comuna Curía.

HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

El Diseño de un Modelo de gestión administrativa mejorará la productividad y comercialización de las artesanías del grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” de la Comuna Curía.

TABLA 1: VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN DE MODELO ADMINISTRATIVA.

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
El Diseño de un Modelo de gestión administrativa mejorará la productividad y comercialización de las artesanías del grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” de la Comuna Curía.	V.I. Modelo de gestión administrativa	El Modelo de Gestión Administrativa permite en forma oportuna efectuar el proceso de inscripción, comunicación, seguimiento y facilitar el acceso a la información, de esta forma es posible tener una mirada global del fiel cumplimiento de la ejecución del proyecto dentro de los tiempos establecidos y asegurando la calidad comprometida.	Procesos. Proyecto	Inscripción Comunicación Seguimiento Acceso a la información Modelo Estructura Calidad Tiempo de Ejecución	¿Considera usted necesario que el grupo artesanal posea una marca y un logo que las identifique? ¿Qué actividades se realiza en el grupo artesanal? ¿Cuál es el proceso para plantear objetivos y determinar el trabajo en equipo? ¿Bajo qué fundamentos o elementos se toma decisiones para el área administrativa? ¿Cuenta el grupo artesanal con una guía para poder ofrecer sus productos? ¿Tiene Ud. conocimiento de qué es un modelo de gestión administrativa? ¿Se ha realizado un diseño en el área administrativa? ¿Está usted de acuerdo con la iniciativa de crear un modelo de gestión administrativa para el grupo artesanal? ¿El grupo artesanal cuenta con las herramientas necesarias para este diseño? ¿Estaría Ud. dispuesto a participar en el desarrollo y ejecución del modelo de gestión administrativa en el grupo artesanal? ¿En que aportaría el diseño de un modelo de gestión del grupo artesanal en el desarrollo turístico de la Comuna?	Encuestas aplicadas a: Turistas Empleados Socios Entrevistas aplicadas a: Directivos

Fuente: Grupo Artesanal de Mujeres Emprendedoras
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

TABLA 2: VARIABLE DEPENDIENTE: GRUPO ARTESANAL.

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
El Diseño de un Modelo de gestión administrativa mejorará la productividad y comercialización de las artesanías del grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” de la Comuna Curía.	V.D. Grupo Artesanal	Se define como dos o más artesanos, interactuantes e interdependientes, que se han reunido para alcanzar determinados objetivos específicos, relativos a la producción de artesanía, trabajo realizado de forma manual.	Artesanos Determinación de objetivos Producción de artesanías	Independencia Interacción Corto Mediano Largo Herramientas Calidad Cantidad Precio	Nivel de estudio Situación laboral actual Promedio de ingresos económicos mensual Dentro de las actividades que el grupo de mujeres realizan ¿cuál cree usted que son las más importantes para garantizar su trabajo? ¿Qué actividades se realiza en el grupo artesanal? ¿Conoce usted el grupo artesanal en la Comuna Curía? ¿Cuál es el proceso para plantear objetivos y determinar el trabajo en equipo? ¿Qué clase de artesanía le gustaría comprar en su visita a la comuna Curía? ¿Le gustaría ser participe en la elaboración de los productos artesanales que las mujeres emprendedoras de Curía realizan?	Encuestas aplicadas a: Turistas Empleados Socios Entrevistas aplicadas a: Directivos

Fuente: Grupo Artesanal de Mujeres Emprendedoras
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA Y DE LAS VARIABLES

Los modelos de gestión administrativos son definidos como pasos a seguir que una organización o empresa se plantean para el mejoramiento de las actividades, redefiniendo sus objetivos, procesos y estrategias; de su correcta aplicación se han obtenido buenos resultados en las empresas que han cambiado desde su cultura organizacional a fondo para proyectarse hacia nuevos horizontes empresariales. Es así que se pueden mencionar algunos ejemplos como el caso de las medianas empresas productoras de muebles mecánicos en San Salvador, en donde se enlistan algunos de los beneficios que se pueden obtener con la implantación de modelos de gestión (ACEVEDO, E; GONZALEZ, R; GONZALEZ, C, 2003) tal como se muestra a continuación:

Para la empresa

Introducir la filosofía del enfoque holístico de gestión que proporcionará estrategias que contribuirán en la competitividad.

Permite mejorar la calidad del producto

Puede ser aplicado en todas las áreas funcionales de la empresa.

Permitirá a las medianas empresas productoras de muebles metálicos para oficina retener a sus clientes actuales, atraer nuevos y lograr una buena imagen.

Para el cliente

Recibir de la empresa que implemente el modelo un servicio especializado.

Contar con una alternativa de compra de diversificación de productos de calidad.

Satisfacción del cliente por el producto adquirido.

Para la economía

El modelo logrará que las medianas empresas productoras de muebles metálicos para oficina mejoren su competitividad y al mismo tiempo contribuyan en pro de la economía nacional de la siguiente manera:

- Aumentar su participación en el Producto Interno Bruto (PIB)
- Crear nuevas fuentes de trabajo.
- Mejorar sus relaciones comerciales con el sector industrial tanto fuera como dentro del país.

Esto no es una camisa de fuerza que las organizaciones deben seguir, pues en el planteamiento pueden surgir algunos errores que, por la premura o poca experiencia, pudieran perjudicar en un futuro su aplicación, más bien deben quedar flexibles a cambios en el momento indicado, siempre justificando razones por las que no se lleven a efecto algunas actividades y estas sean reemplazadas por otras.

Dentro de los modelos organizacionales se considera la determinación de principios rectores, la estructura organizacional con la designación de responsabilidades de cada uno de los miembros de la organización, los planes y estrategias bien definidos.

En el caso específico, este sería el primer modelo que el Grupo Artesanal de las Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía decide emprender con la finalidad de buscar solución a los problemas presentados hasta el momento, dentro de los que destacan su poca productividad, comercialización, desorganización y la escasa planificación, además de generar un documento que sirva como guía para el re-direccionamiento de sus estrategias.

1.2. MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA

El diseño de un modelo de gestión para el grupo artesanal en la Comuna Curía se entiende como la elaboración de un documento de respaldo para la ejecución de un patrón especializado que diversifique la oferta de servicios dentro de la comunidad, capaz de captar la atención de los turistas y visitantes desde el punto de vista humanístico considerando los derechos del buen vivir, la responsabilidad social, ambiental y la capacidad de rentabilidad económica a través de los años. Para su mayor comprensión se definen varios conceptos de gestión administrativa, propósitos, principios, importancia y modelos que direccionan la conceptualización de la variable independiente.

1.2.1. Gestión administrativa

La gestión administrativa se considera importante en toda área de trabajo, para generar un modelo o diseño administrativo se requiere citar definiciones de varios autores:

(MUÑOZ, M, 2012) considera que “La Gestión a nivel administrativo consiste en brindar un soporte a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos y con una gran ventaja competitiva revelada en los estados financieros”. Pág. # 12

En consecuencia, el diseño interviene en todas las actividades básicas del proceso de innovación: en la generación de nuevos conceptos, en el desarrollo de nuevos productos, en la redefinición de los procesos productivos, en la redefinición de los procesos de comercialización y en la gestión del conocimiento y de la tecnología. (VILADAS, X, 2006):

“facilitar que las empresas puedan aprovechar todo el potencial estratégico del diseño, dándoles las herramientas y procedimientos necesarios para que

puedan llevarlo a cabo de forma solvente y controlando el riesgo en el proceso de toma de decisiones” Pág. # 11.

La gestión administrativa se entiende como el soporte administrativo que sirve como un respaldo a los procesos de innovación que lleva a efecto una empresa u organización.

1.2.2. Propósitos de la gestión administrativa

Los propósitos según Muñiz, L. (2010) citado en (MUÑOZ, M, 2012) son:

- Dar soporte en la planificación y control de las actividades empresariales, y gestionar el sistema de información contable (contabilidad financiera y analítica).
- Detectar y anticipar las necesidades de financiación de la empresa y a su vez seleccionar la combinación de fuentes que permitan satisfacer las mismas de la forma más eficiente.
- Analizar desde el punto de vista administrativo las decisiones de la empresa en cuanto a: inversiones, políticas comerciales, precios de los productos, presupuestos, etc. Pág. # 12.

Se determina que sus propósitos se fundamentan en el soporte de la planificación y control, considerando cada uno de los procesos para llevarlos a efecto como la gestión de un sistema contable, la toma de decisiones, las inversiones, precios, políticas, presupuesto y financiamiento.

1.2.3. Principios de la gestión de diseño administrativa

Los principios de la gestión administrativa son la estabilidad, la información perfecta, la eficiencia productiva y el coste global, de acuerdo con Loriño en 1993, en (CORREA, S, 2011):

“el modelo de gestión de Taylor reposa sobre cuatro principios de los que se derivan todas las demás características y la coherencia global del modelo. Estos cuatro principios no han surgido de la imaginación de Taylor, son principios sólidos que se justifican en el mundo industrial.” Pág. # 6

Son cuatro los principios de la gestión de diseño administrativo: la estabilidad, la información perfecta, la eficiencia productiva y el coste global son equivalentes de un factor de producción dominante y se los detalla a continuación:

El primero es “*La estabilidad*” se refiere a los mecanismos de eficiencia, los conocimientos operativos que permiten ser eficiente son estables en el tiempo y se justifican en la noción de los estándares, normas de eficiencia relativamente fijadas en el tiempo.

El segundo es “*La información perfecta*” en el que el directivo, gestor o empresario tiene en los mecanismos de la eficiencia del sistema que dirige una información perfecta. El directivo sabe qué hay que hacer, porque tiene una visión y una comprensión precisa de todos los procesos operativos importantes de la tarea dentro de su ámbito de responsabilidad.

El tercero es “*La eficiencia productiva*” tanto si se trata de producir bienes como servicios se identifica con la minimización de los costes, desempeñando un papel fundamental en la simplificación del modelo de gestión de Taylor ya que habla de cómo se define la eficiencia económica de una organización. Pág. # 6

El cuarto afirma que “*El coste global es equivalente al coste de un factor de producción dominante*”. Existe entonces un factor dominante en la estructura de los recursos consumidos por la empresa: su consumo y su valor controlan las variaciones del gasto global. Se trata generalmente de la mano de obra directa, pero puede tratarse también del capital de la materia prima o de la energía. Lo realmente esencial es que existe un “recurso-patrón” que sirve de base a los procedimientos de asignación y a la medida del conjunto de los costes.

1.2.4. Importancia del diseño de gestión administrativa

El diseño de gestión administrativa radica en la optimización de todos los procesos, su importancia radica en que la empresa logre incrementar la calidad y eficacia en la gestión de los servicios en el medio empresarial al incorporar un modelo de gestión al procedimiento administrativo, consiguiendo la reducción del tiempo empleado para los trámites y consultas y por ende en la calidad del servicio prestado.

Otro de los aspectos relevantes es la automatización en la ejecución de los procesos que consiste en la incorporación de personas u ordenadores, acompañados de sistemas que permitan la agilidad en el desarrollo de los métodos establecidos en la gestión y por lo tanto la circulación de información y documentación que conlleva.

Su influencia dependerá de varios factores dentro de los que destacan la definición de estrategias en el diseño, lo que puede permitir establecer la estructura de una organización determinando las atribuciones de su jerarquía hasta el de cada uno de sus integrantes; la formación de un recurso humano orientada a la prestación de un mejor servicio a través del manejo correcto de la información, así como el establecimiento de políticas que aclaren los procedimientos para una mejor comprensión entre los involucrados, e inclusive la promoción de productos que permitan incrementar la competitividad y comercialización, pudiéndose añadir varias opciones según la empresa, el lugar, el talento humano y otros indicadores específicos de cada organización.

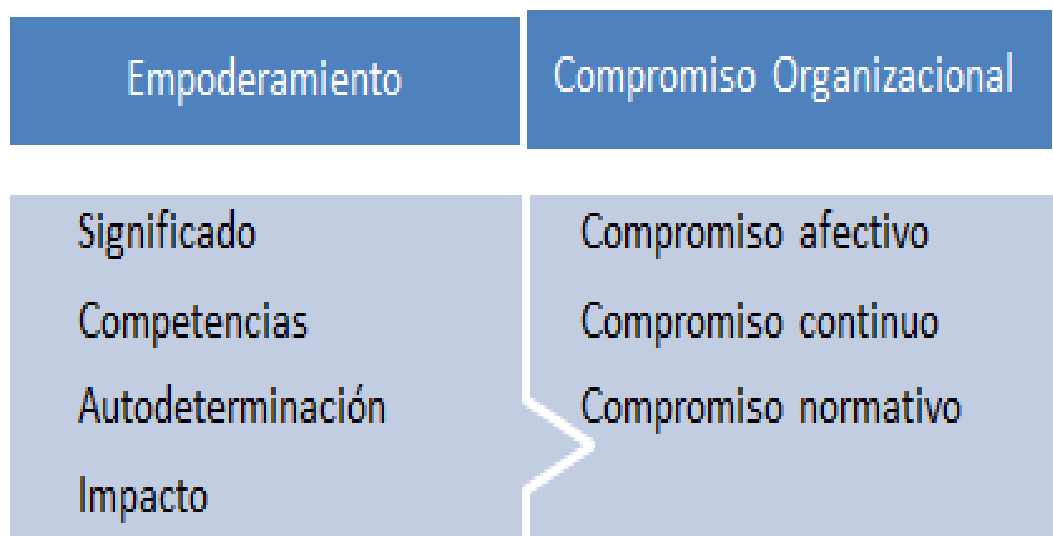
1.2.5. Tipos de Modelos de Gestión Administrativa

Los modelos de gestión administrativa buscan organizar la empresa a través de la integración de las personas para lograr objetivos en común, se presentan a continuación tres tipos de modelos para su respectivo estudio:

Modelo de empoderamiento

Según Ríos, M., Tellez, M., Guerra, J. (2010) significa habilitar, conceder, permitir una iniciativa a cierta persona para actuar por sí misma y propiciar la iniciativa en otros, es decir busca crear en las personas habilidades que les permitan sentir la empresa como suya, de esta manera se la direcciona hacia un positivismo total, donde el aporte individual y corporativo son importantes considerando los valores y la cultura organizacional que posee, las dimensiones del trabajador y el compromiso organizacional. Pág. # 10.

GRÁFICO 1: Modelo de empoderamiento



Fuente: RÍOS, M.,TELLEZ, M., GUERRA, J. 2010
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El modelo de empoderamiento se ve marcado por dos fases la del empoderamiento en sí y el compromiso organizacional. En la primera etapa se encuentra el significado dentro de una organización, las competencias que estas elaboran, la autodeterminación de sus integrantes y el impacto que causa el conocer su compañía y el rol que desempeñan en esta, dando paso a la segunda etapa en donde se ve el resultado determinando así tres compromisos importantes el afectivo, el continuo y el normativo que son un complemento para cada uno de los integrantes, trabajándose también en equipo.

Modelos de comportamiento organizacional

Gross, M. (2010) considera que los modelos de comportamiento organizacional garantizan que el proceder de los empleados sea favorable en su productividad y en el logro de objetivos, donde cada integrante posee roles y compromisos claros poniendo en práctica sus conocimientos, habilidades, destrezas, a fin de garantizar desempeño y alcanzar los objetivos establecidos. Se presentan cuatro de estos modelos: Pág. # 1.

GRÁFICO 2 : Modelo de comportamiento organizacional

Modelos	Autocrático	De custodia	De apoyo	Colegial
Depende de :	Poder	Recursos económicos	Liderazgo	Sociedad. Trabajo de equipo
Orientación gerencial	Autoridad	Dinero	Apoyo	Trabajo en equipo
Orientación del empleado	Obediencia	Seguridad	Desempeño en el trabajo	Responsabilidad
Resultado psicológico	Dependencia del jefe	Dependencia de la organización	Participación	Autodisciplina
Necesidades del empleado	Subsistencia	Mantención	Autoestima	Autorrealización
Resultado del desempeño	Mínimo	Cooperación pasiva	Impulsos despertados	Entusiasmo moderado

Fuente: Modelos de Comportamiento Organizacional
Elaborado por: Gross, M. (2010)

En el modelo de comportamiento organizacional se analizan cuatro aspectos de mucha importancia en una empresa a mención: autocrático, de custodia, apoyo y colegial, en cada uno de ellos se analizan factores como: orientación gerencial, de la orientación del empleado, del resultado psicológico, de las necesidades del empleado y del resultado del desempeño, estos sirven para verificar en qué estado se encuentra una organización y en donde le gustaría seguir trabajando, pues algunos son muy utilizados y no necesariamente pueden obtener los resultados que les gustaría lograr, sin embargo esto no significa que alguna de las decisiones que se tomen puedan ir orientadas a alguno de estos que la compañía aun no

adapte, o que en cambio esta decida utilizar dos de estos aspectos y definir el propio dejando claramente su gestión administrativa y los procesos que esta trae consigo.

1.3. GRUPO ARTESANAL

Se busca fortalecer el modelo de gestión para mejorar la calidad de la imagen actual del grupo artesanal considerando que directamente es la dinamizadora de la economía social a través del empleo directo y del mejoramiento de la calidad de vida de las familias, incluyendo indirectamente a todos como participantes en la producción de la materia prima y servicios contratados.

Para su mejor comprensión se definen varios conceptos de grupo artesanal y de la actividad en mención.

1.3.1. Definición de grupo artesanal

Existen varios conceptos de grupo a continuación se han seleccionado los más relevantes para entendimiento del lector. Se define entonces como dos o más individuos interdependientes quienes se influyen mutuamente a través de la interacción social, siendo un equipo, un pequeño número de personas con habilidades complementarias que se comprometen con un objetivo común, un conjunto de metas de desempeño y un enfoque por los cuales se consideran mutuamente responsables.

En síntesis un grupo artesanal es un sistema organizado compuesto por dos o más artesanos con un propósito en común en el que se definen las políticas y acciones. Esta unidad social mantiene una comunicación equitativa entre sus miembros conformando una percepción colectiva de su unidad donde se satisfacen tanto necesidades grupales como individuales, considerando el perfil bajo el cual fueron creados o reestructurados.

1.3.2. Características de los grupos artesanales

A continuación se presentan algunas de las características consideradas al momento de estudiar a los grupos artesanales según el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías FONART (2010) de la ciudad de México:

1. Grupo de dos o más individuos.
2. Se encuentran asentados en su mayoría en las partes rurales.
3. Son hombres y mujeres, aunque este último los supera en porcentajes.
4. El rango de edades es de entre 12 a 32 años.
5. La economía en su mayoría es relativamente baja.
6. La mayoría tiene bajo nivel de escolaridad.
7. Se diferencian según el tipo de artesanías que realicen. Pág. # 17.

1.3.3. Actividad Artesanal

Como lo indica la Ley del Artesano del Ecuador en su artículo 2 literal a “la actividad artesanal es la práctica manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas”. La actividad artesanal entonces es la elaboración manual de cuerpos que sufren una metamorfosis a fin de convertirse en un producto final que puede servir como objeto decorativo o utilitario, elaborado por artesanos, que son personas dedicadas a este tipo de producción.

1.3.4. Artesanías

Es todo aquello que es ocasionada por la elaboración manual del hombre y constituye la cultura material indispensable a cualquier grupo humano para el funcionamiento de los sistemas económicos, familiares, sociales, políticos, educativos, religiosos; a través de la artesanía se refleja la historia de un pueblo, sus costumbres y tradiciones, el esfuerzo y la creatividad del hombre. (MARIN, Y, 2012).

La artesanía se define como “Un objeto producido en forma predominante manual con o sin ayuda de herramientas y máquinas, generalmente con utilización de materias primas locales y procesos de transformación y elaboración transmitidos de generación en generación, con las variaciones propias que le imprime la creación individual del artesano”. Pág. # 2.

La artesanía abarca un diverso y extenso campo, su resultado en la práctica artesanal ocupa también un lugar predominante, pues materializa y soluciona diversos problemas a los que se enfrenta el hombre en su actividad diaria, ya sean de carácter monetario, familiares o derivados de creencias religiosas.

Un artesano controla todo el proceso productivo, no divide entre el trabajo intelectual y el manual; el artesano decide lo que va a hacer, cómo y el tiempo que él desea dar al proceso de cada producto que elaborará, tiene plena libertad creativa y estética para hacer su trabajo.

Las artesanías se identifican como piezas tradicionales que son el resultado de una actividad que ha sido practicada por el pueblo y que sus conocimientos, habilidades, procedimientos o técnicas son la consecuencia de la tradición heredada o transmitida de una generación o una comunidad a otra, o mediante la palabra y la práctica.

1.3.4.1. Clasificación de las artesanías

Las artesanías citadas en giovertectp.blogspot.com/ (2012) se clasifican en:

Artesanía artística: es la que está destinada a la elaboración de productos estéticos y la obra puede ser contemplada por todos los lados y estos productos son piezas únicas y de colección.

Artesanía utilitaria: es la que está destinada a la producción de objetos utilitarios con vajillas, etc.

Artesanía artística utilitaria: son los productos que poseen las cualidades artísticas y son utilizados como adornos.

1.3.5. Artesano

Según la Ley de Defensa del Artesano del Ecuador menciona en su artículo 2 literal b que “artesano es el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria”.

Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios. El término artesano permite referir a todo aquello propio de la artesanía o relativo a este tipo de arte; en tanto, llamamos artesanía a aquel trabajo llevado a cabo de forma manual por una persona sin ayuda de ningún tipo de fuerza mecánica

El artesano puede desarrollar su arte en diferentes rubros como son: objetos decorativos, muebles, accesorios tales como anillos, collares, aros, carteras, entre otros. Cabe destacar que en los últimos tiempos lo artesanal se trasladó al rubro gastronómico dando lugar a la comida artesanal, que es aquella que está elaborada sin ingredientes artificiales.

Normalmente, los artesanos comercializan sus productos artesanales en lugares especialmente destinados para tal fin, las ferias artesanales, generalmente establecidas en plazas o en lugares céntricos por los cuales suelen circular los turistas, el principal público consumidor de este tipo de producto.

De todas maneras también hay muchos artesanos que en lugar de vender sus productos en ferias lo hacen en sus talleres propios, en locales comerciales, en la calle y hasta el internet se ha convertido en los últimos tiempos en una opción comercial.

1.3.6. El Producto Artesanal

Calidad del producto

Galán, M. (2006) considera la calidad es “Mejora continua de todo lo que hacemos”. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio dando libertad y garantizando el proceso productivo. Uno de los principales objetivos de la empresa debe ser permanecer en el mercado, protegiendo su inversión, obtener ganancias y asegurar su empleo. Pág. # 30.

De la misma manera Galán, M. (2006) indica que la calidad se define también como “Hacer cada uno su trabajo, siempre bien a la primera, a su debido tiempo mejorándolo constantemente”; eliminar la distancia que hay entre lo pretendido y lo conseguido. Pág. # 4.

La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los consumidores y de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas y cumple con las peticiones requeridas.

El fabricante no debe sólo preocuparse de la fabricación, sino que debe preparar y presentar al cliente pruebas de que este es adecuado para el uso que se le va a dar. Por tal razón existen normas que se han creado para que los fabricantes y artesanos cumplan las expectativas de los consumidores de obtener un producto o servicio que tenga calidad como algunas que se mencionan a continuación:

1. Manual de la Calidad: Documento en el que se expone la política general de calidad y se establecen los procedimientos generales y las prácticas de la organización en la calidad.
2. Control del Proceso: Se basa en la uniformidad de los procesos de fabricación y asegurar que se mantiene bajo control.

3. Control Total de la Calidad: El concepto de control total de la calidad se amplía a otras áreas funcionales, calculándose de forma meticulosa.
4. Los Costes Totales de Calidad. Se intensifican los contactos con los proveedores, se amplía la asesoría sobre calidad a los clientes y se potencia la actuación de los servicios postventa como una realimentación de datos sobre calidad.

Sistema de Calidad

La calidad total se define como la excelencia en los productos o servicios que satisfacen las expectativas exactas deseadas del cliente, tanto interno como externo, conseguida con el menor coste posible y con los mejores productos de calidad, es un proceso continuo, motivado, entre otras causas, porque las expectativas de los clientes son cambiantes, con unos niveles de exigencia cada vez mayores, y teniendo como objetivo final la supervivencia de la empresa, entonces sistema de calidad es "el conjunto de principios, métodos y recursos organizados estratégicamente para movilizar a toda la empresa, con el fin de dar al cliente el nivel de calidad propuesto al mínimo coste" (Galán, M. 2006)

1.4. MARCO LEGAL

El Diseño de un modelo de gestión administrativa se fundamenta en las siguientes leyes y programas vigentes de la República del Ecuador:

1.4.1. Constitución de la República del Ecuador.

La Constitución de la República del Ecuador elaborada por la Asamblea (2008) que entró en vigencia desde el 28 de mayo del 2010, en su artículo 14 y 57 hace referencia a que el Estado reconocerá el derecho de las personas a vivir en un ambiente sano, que garantice el buen vivir de todos los y las ecuatorianas, y reconoce a las comunidades los derechos por ser parte del Estado, mantener y

desarrollar libremente su identidad, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

1.4.2. Reglamento a Ley de Turismo

El Reglamento a la Ley de Turismo que se publicó el 19 de febrero del 2003 mediante Registro Oficial N° 733, en su artículo 45 especifica que “cualquier persona sea esta natural o jurídica puede ejercer la actividad turística, considerando así todas las actividades promovidas y direccionadas a la prestación de servicios hacia los visitantes o turistas en un destino”, por tal razón se busca potencializar la artesanía como un producto turístico capaz de ser un motivador para la dinamización de la economía de un grupo específico y de sus actores indirectos, es así que en el artículo 42 de las actividades turísticas en el literal b, se hace referencia a las actividades de prestación de servicios turísticos como intermediarias considerando a la asociación como parte de esta al ser el ente regulatorio en la producción y venta de artesanías de la Comuna Curía.

1.4.3. Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador – PLANDETUR 2020

El PLANDETUR 2020 (MINTUR, 2007) dentro de sus objetivos textualmente propone:

1. Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
2. Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.

3. Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada.

Dentro de las estrategias del PLANDETUR 2020 se mencionan: el fortalecimiento de la actividad turística sostenible de Ecuador en los ámbitos económicos, sociales, institucionales y políticos del país y el desarrollo de capacitación y formación integral en turismo sostenible, tanto a nivel de sensibilización de la sociedad civil en general como en la adquisición de conocimientos técnicos profesionales y competencias laborales del turismo.

1.4.4. Plan Nacional del Buen Vivir

El Plan Nacional para el Buen Vivir, que se publicó el 5 de noviembre del 2009, busca garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos, en base a las expectativas comunes y específicas de una población fomentando la igualdad entre los ecuatorianos y ecuatorianas fortaleciendo sus capacidades y potencialidades (SENPLADES, 2013), en donde se presentan los siguientes objetivos:

- Objetivo 1. Consolidar el Estado democrático y la construcción del poder popular
- Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad.
- Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población
- Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía
- Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad
- Objetivo 6. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos

- Objetivo 7. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.
- Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible
- Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas
- Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva
- Objetivo 11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica
- Objetivo 12. Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana

1.4.5. Reglamentos internos de la institución

Los estatutos de constitución del Grupo de Mujeres Emprendedoras tiene como objetivo organizarse para fortalecer las iniciativas artesanales que poseen las mujeres de la comunidad, creando oportunidades y aprovechando las que se presenten en el entorno, que les permitan mejorar la productividad e incrementar la comercialización de sus productos.

1.5. El Modelo de Gestión Administrativa para el Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curia con un enfoque turístico.

El Congreso Nacional (2003) de la República del Ecuador en su Artículo 2 define al turismo como “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”, siendo esta una de las actividades socioeconómicas de mayor importancia para la Provincia de Santa Elena y de sus comunidades dentro de las que se encuentra la comuna Curía, que ha venido recibiendo turistas motivados por visitar sus playas y disfrutar de la tranquilidad que esta localidad en conjunto con sus pobladores brindan. Aunque es cierto que los turistas en su mayoría no se trasladan exclusivamente para la

compra de artesanías esta se ha constituido como un servicio complementario para quienes visitan la comunidad; viendo esto como una oportunidad de obtener ingresos adicionales para sus hogares, un grupo de mujeres decidió asociarse para continuar en la producción de artesanías y rescatar el valor de sus saberes ancestrales.

A pesar de que el Modelo de Gestión Administrativa que se pretende aplicar está direccionado a mejorar principalmente los procesos internos de la organización, su aplicación tendrá directamente influencia externa, es decir que está proyectada a la mejora de un servicio turístico complementario, por ende se involucra con la actividad pudiendo convertirse hasta en un atractivo turístico en un futuro cercano, permitiendo así la diversificación de la actividad a través del desarrollo del turismo cultural.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Todo proceso de investigación orientado a la producción de conocimiento o a la solución del problema según Puerta, H. (2011) requiere de la construcción y aplicación de un instrumento que permita la recolección de datos e información para su posterior tratamiento, a este proceso es a lo que clásicamente se le denomina diseño de la investigación. Pág. # 11

En el trabajo realizado se consideró la investigación descriptiva debido a que en el diseño de gestión administrativa para el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” de la comuna Curía se realizó el levantamiento de información a través de encuestas y entrevistas que ayudaron a describir las características, problemáticas, competitividad, formas de administración y situación actual del gremio, haciendo una relación entre las actividades productivas y económicas de sus integrantes.

Con este tipo de investigación se recolectaron datos reales y precisos que tributan al objetivo de proporcionar información y estructuras para el establecimiento de parámetros, relaciones e incluso identificar las problemáticas, ordenando y sistematizando las dudas, inquietudes e interrogantes que se presentan dentro de la asociación.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de investigación es cuali-cuantitativa, debido a que se aplicaron las técnicas de encuestas y entrevistas, para lo cual fue necesaria la tabulación que se

presenta con su respectivo análisis que cualifica los datos obtenidos convirtiéndolos en una información real y relevante para el desarrollo del estudio.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación que se utilizaron para la realización del proyecto investigativo fueron:

Documental: De acuerdo a los objetivos del problema propuesto, esta modalidad de investigación tiene mayor incidencia en la formulación teórica y en la conceptualización de nuevos modelos de interpretación. Este tipo de investigación tiene un perímetro determinado, su originalidad se reflejó en el manejo de documentos y libros que permitieron conocer, comparar y deducir los diferentes enfoques, criterios y conceptualizaciones, así como también el análisis, conclusiones y recomendaciones de los diversos autores e instituciones estudiadas, con el propósito de ampliar el conocimiento para el trabajo de tesis. Para su desarrollo fue necesario tomar referencias en pocos libros de la biblioteca de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, sin embargo se hizo valer muchos documentos de la web que permitieron realizar el marco teórico de la investigación, otro de los documentos lo conforman los estatutos de constitución de la Asociación.

De Campo: es de campo debido a que fue necesario realizar vistas de campo y la obtención directa de los datos a través de la aplicación de las encuestas y entrevistas, así Paredes, W. (2009) considera que “Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto. Para ello fue necesario ir hasta la comuna Curía y dialogar específicamente con las socias, en donde se realizaron reuniones de trabajo, además de las aplicaciones de las encuestas y entrevistas a los involucrados.

Ambos tipos de investigación han sido de mucha relevancia en el aporte a la solución de la problemática determinada, así la investigación documental permitió la conceptualización de las diferentes terminologías que se necesitaron para el sustento de la propuesta y se encuentran redactadas en el capítulo I, en cuanto a la investigación de campo su utilización en el capítulo II se planteó como parte fundamental de la investigación, permitiendo el diseño de los instrumentos, para que después de su aplicación en los involucrados, procesar los datos convirtiéndola en información (capítulo III) que se tomará como referencia en el diseño del modelo de gestión administrativa para el grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía (capítulo IV).

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos utilizados en el proceso investigativo se detallan a continuación:

Método científico: es científica debido a que los modelos administrativos son un conjunto de programas y proyectos que direccionan o re-direccionan la actividad de una organización, teniendo este tema la capacidad de ser reproducido por otros organismos con sus especificaciones del lugar y los fines.

El proceso realizado se basó en la observación para determinar la problemática que posee el grupo de Mujeres Emprendedoras de la comuna Curía y se planteó una hipótesis para su comprobación mediante la aplicación de las técnicas de encuestas y entrevistas que permitieron la obtención de información derivando en la aceptación de la tesis propuesta a través de un análisis profesional.

Deductivo-Inductivo: Para el desarrollo de la primera parte de la investigación fue necesario un diagnóstico del manejo administrativo. A través de la aplicación de este método se identificaron las falencias y fortalezas de la administración del negocio y de acuerdo a la situación observada en la etapa de diagnóstico, se plantearon aportes y mejoras a la actual administración.

Síntesis - análisis: una vez revisada y analizada la información se procedió a seleccionar el contenido del modelo de gestión que viabilice la adecuada administración. Se utilizaron técnicas de recolección de datos como las encuestas y entrevistas por medio de un cuestionario de preguntas que fue aplicado por el investigador a una muestra representativa de la población con el fin de conocer opiniones o hechos específicos, dirigida a la comunidad y visitantes que llegan a la ruta del Spondylus.

El aporte que realizan a la solución del problema como se especifica en cada una de estas, se ve fundamentada en el uso de la información obtenida en la aplicación de las técnicas de la encuesta y la entrevista, permitiendo conocer el estado actual en el que se encuentra la organización, analizando como inciden las leyes vigentes del Ecuador hasta el reglamento interno que poseen, siendo entonces deductivo e inductivo.

2.5. TÉCNICAS

Con la finalidad de dar respuestas a los objetivos planteados en la investigación, se hizo uso de las técnicas de recolección de información sobre los gustos y preferencias de los turistas, el aporte de la población frente al proyecto, además de conocer la situación actual de la asociación.

Encuestas: para su aplicación se desarrolló el cuestionario que partió de la determinación de las variables y los indicadores de cada una de estas con la finalidad de contribuir a la aprobación o denegación de la hipótesis, la misma que fue aplicada en la Comuna Curía en octubre del 2013, dirigido a las socias y los turistas que visitaron la comunidad en estas fechas.

Entrevistas: de la misma manera esta técnica se estableció a través de la operacionalización de la variables y de sus indicadores para contribuir sustancialmente a la aprobación o denegación de la hipótesis a través de una conversación entre el investigador y la persona que responde a preguntas

orientadas a obtener la información requerida por los objetivos de un estudio, aplicándose en este caso a la directiva del Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curia.

2.6. INSTRUMENTOS

El cuestionario es una herramienta fundamental para realizar encuestas obteniendo conclusiones adecuadas sobre grupos, muestras o poblaciones en el tema que se pretende investigar. Entre las preguntas que se utilizaron para recopilar los datos indispensables para la elaboración del trabajo de tesis constan: sexo, estado civil, nivel académico, ingresos económicos, ocupación actual, medios de transporte que utilizó para llegar a su destino, los tipos de servicios que les gustaría recibir, entre otras preguntas que en las páginas siguientes se revelarán, además de las preguntas abiertas en la entrevista dirigidas hacia los directivos del grupo.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

La población de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía está conformada por 4 Directivos, 16 socias y un promedio de 209 clientes, según datos proporcionados por la misma organización. Para la determinación de la muestra se consideró para el estudio, por criterio profesional y en base a la información obtenida, el 100% de los directivos y socios, mientras que de los clientes se seleccionó un promedio de 200 utilizando la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra	?
z = Nivel de confianza.	95%=1.96
N= Población.	209

p = Porción de aceptación.	0.5
q = Porción de no aceptación.	0.5
e = Margen de error	5% (0.05)

$$n = \frac{(1,96)^2 (300) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2 (300 - 1) + (1,96)^2 (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = 200$$

Para su mayor entendimiento se presenta la siguiente tabla con los objetos de estudios y el número de la muestra que se utilizó, con su respectiva técnica de investigación:

TABLA 3: Muestra

Objeto de estudio	Cantidad	Técnica
Directivos	4	Entrevista
Socios	16	Encuesta
Turistas	200	Encuesta

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

2.8. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El procedimiento de la investigación realizada se basa en los siguientes pasos:

1. Visita a la Asociación de Emprendedoras.
2. Obtención de la carta aval para el inicio la investigación.
3. Recopilación de información general de la Asociación.
4. Conceptualización del marco teórico que respalde la investigación.
5. Determinación de la metodología de investigación.
6. Aplicación de técnicas de entrevista y encuesta.
7. Procesamiento de información de los datos obtenidos en la aplicación de encuestas y entrevistas.
8. Análisis general de la información obtenida en la investigación de campo.
9. Determinación de políticas rectoras del Diseño Organizacional.
10. Aplicación de estrategias en el Diseño Organizacional.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

La entrevista tuvo como objetivo adquirir información veraz y oportuna de las socias que conforman el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” para determinar su grado de aceptación y participación frente a la aplicación de un modelo de gestión administrativa.

Para ello se estableció un cuestionario, debidamente validado por profesionales de la UPSE, de preguntas abiertas que permitieron obtener mayor detalle en las apreciaciones que presentaron las entrevistadas, en este caso los directivos de la Asociación Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía.

Datos Generales.

Las entrevistadas en su totalidad son de sexo femenino, las edades se encuentran entre los 29 y 40 años, por lo que se puede establecer que se trata de un grupo de jóvenes mujeres activas; su nivel de educación se encuentra entre la primaria hasta egresadas universitarias.

1. ¿Qué actividades se realizan en el grupo artesanal?

Se manifiesta que las actividades que más resaltan son la elaboración de diferentes artesanías en caña bambú, tagua, sombreros, tejidos para ropas y carteras; realizan reuniones cada 15 días en donde ellas también se organizan para participar en los diferentes eventos exhibiendo así sus artesanías, además de las actividades que demanda el cargo que poseen.

2. ¿Cuál es el proceso para plantear objetivos y determinar el trabajo en equipo?

En la actualidad toda asociación o grupo para ejecutar un proceso debe tomar en cuenta muchos factores. Para la determinación de los principales objetivos se realizan asambleas en donde se toman las decisiones de manera democrática, considerando el beneficio común de las socias y la responsabilidad social y ambiental dentro de la comuna.

3. ¿Bajo qué fundamentos o elementos se toma decisiones para el área administrativa?

La forma de la elección es de manera democrática, es decir por las opiniones y análisis que realizan cada una de las socias respecto a un punto determinado, así como también se consideran cuáles podrían ser las posibles ventajas y desventajas del grupo, sin embargo no existe un procedimiento específico que guíe este tipo de procesos.

4. ¿Tiene Ud. conocimiento de qué es un modelo de gestión administrativa?

De las personas entrevistadas la mayoría desconoce qué es un modelo de gestión administrativa, sin embargo un 25% tiene conocimientos básicos respecto a la conceptualización de un modelo de gestión administrativa considerando esta propuesta como una alternativa para el proceso respectivo de cada una de las actividades que realiza la asociación de una manera organizada.

5. ¿Se ha realizado un diseño en el área administrativa?

No se ha realizado este tipo de diseño por falta de capacitación, y de iniciativa propia para la determinación de directrices que ayuden a la colaboración mutua entre las integrantes de la Asociación.

6. ¿El grupo artesanal cuenta con las herramientas necesarias para este diseño?

El grupo artesanal cuenta con una profesional y dos egresadas universitarias, dentro de la documentación poseen los estatutos legalmente aprobados, se reúnen periódicamente y trabajan por el bienestar común, sin embargo es necesario determinar que de no tener las herramientas necesarias cuentan con la mayor predisposición para el trabajo en equipo que mejore la comunicación y los procesos en la Asociación.

7. ¿Cuenta el grupo artesanal con una guía para poder ofrecer sus productos?

No posee una guía para la oferta de sus productos, para la venta en temporada alta exhiben la mercancía en sus casas, además de participar constantemente en ferias de turismo o artesanales aprovechando este tipo de actividades para la comercialización.

8. ¿Cree que es necesario elaborar el diseño de un modelo de gestión para el grupo artesanal en la comunidad de Curía?

Es necesario establecer los procesos a través de una guía que permita la coordinación de actividades dentro de la asociación, que mejore la comunicación interna y cambie la cultura organizacional que posee actualmente la asociación.

9. ¿Estaría Ud. dispuesta a participar en el desarrollo y ejecución del modelo de gestión administrativa en el grupo artesanal?

Se encuentran dispuestas a apoyar cualquier iniciativa de proyecto para el bienestar común de la Asociación o de la Comuna Curía, siendo esto de forma moral y económicamente cuanto y cuando le sea posible.

10. ¿En qué aportaría el diseño de un modelo de gestión en el desarrollo turístico de la comuna?

Aportaría en la coordinación de actividades dentro de la asociación, a la toma de decisiones correctas e inclusive a la comercialización de sus productos, convirtiéndose en una de las razones por la que los turistas visitan el destino.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A TURISTAS.

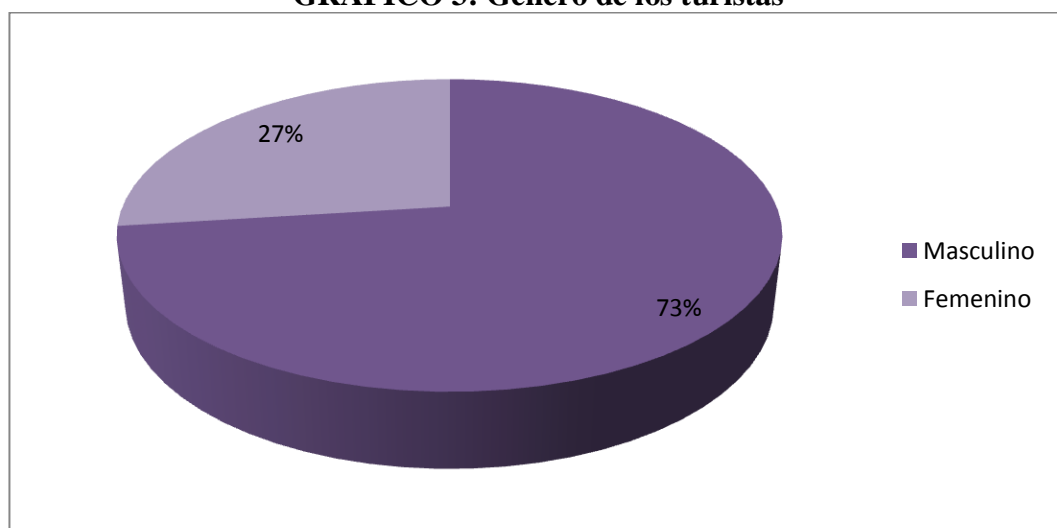
1. ¿Cuál es el género de los turistas encuestados?

TABLA 4: Género de los turistas

Ítem	Valoración	F	%
1	Masculino	146	73%
	Femenino	54	27%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 3: Género de los turistas



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El gráfico muestra que el 73% de los encuestados es de sexo masculino y el 27 %, femenino, aportando al perfil que la mayoría de las visitas de turistas corresponden al sexo masculino.

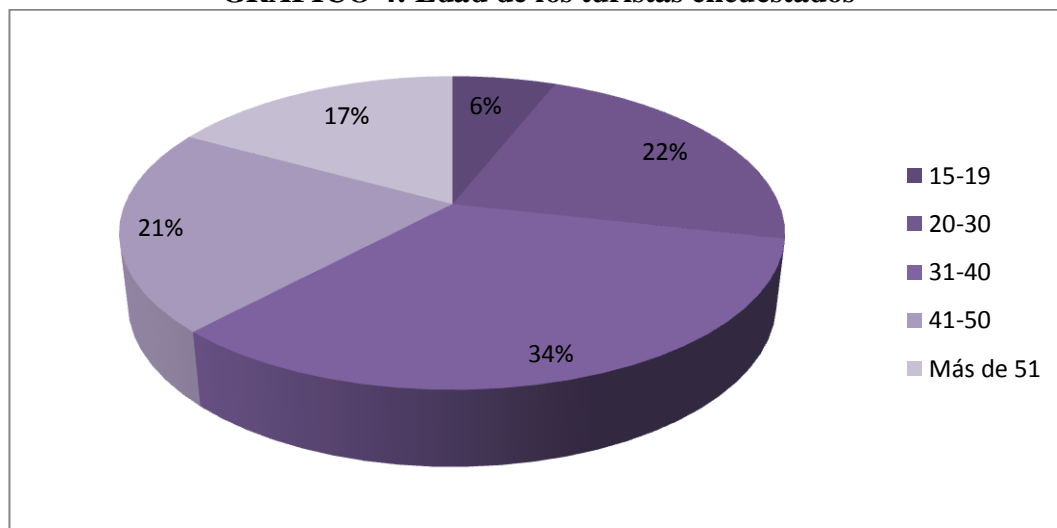
2. ¿Cuál es la Edad de los turistas encuestados?

TABLA 5: Edad de los turistas encuestados

Ítem	Valoración	F	%
2	15-19	12	6%
	20-30	45	23%
	31-40	67	34%
	41-50	42	21%
	Más de 51	34	17%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 4: Edad de los turistas encuestados



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 34% de los encuestados están en un rango de 31 a 40 años de edad; el 23% de 20 a 30 años de edad; el 21% de 41 a 50; el 17% más de 51 años; y solo el 6% de 15 a 19 años de edad. Se puede determinar que la aceptación de la encuesta estuvo manifestada por la mayoría de turistas, con minoría en personas adolescentes, siendo una de las características predominantes del perfil de los turistas la edad promedio de entre 31 a 40 años.

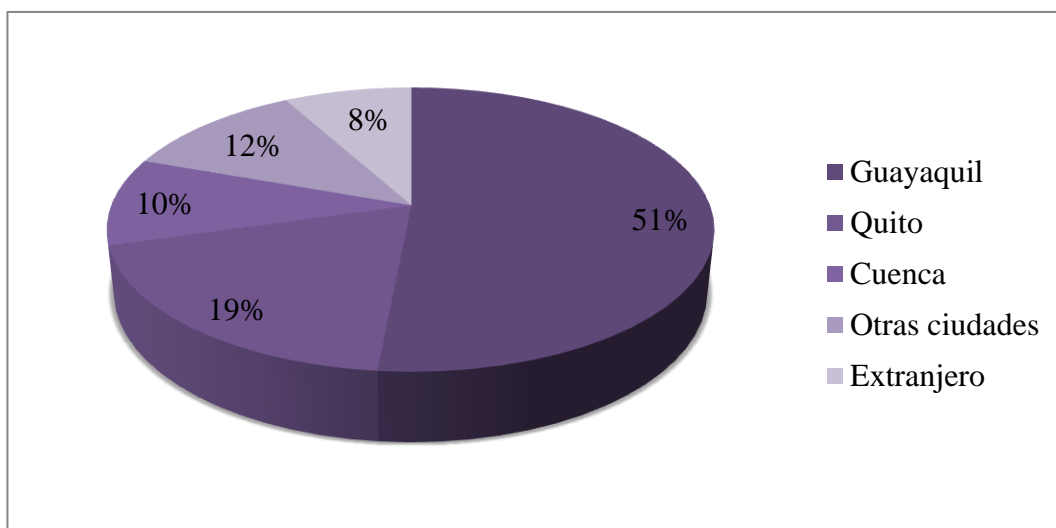
3. Lugar de residencia

TABLA 6: Lugar de residencia.

Ítem	Valoración	F	%
3	Guayaquil	103	52%
	Quito	38	19%
	Cuenca	20	10%
	Otras ciudades	23	12%
	Extranjero	16	8%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 5: Lugar de residencia.



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 52% de los encuestados residen en la ciudad de Guayaquil, mientras que el 19% vive en Quito, solo el 10% reside en Cuenca; por otra parte el 12% de los encuestados pertenecen a otras ciudades, mientras que el 8% restante proviene de otros países. Se puede inferir que la oferta debe estar planteada para todos los gustos de acuerdo a la región donde el turista resida, sin embargo el mercado hacia el cual se orienta la propuesta quedaría marcada hacia los guayaquileños y quiteños, a fin de fidelizar este tipo de clientes que visitan la región.

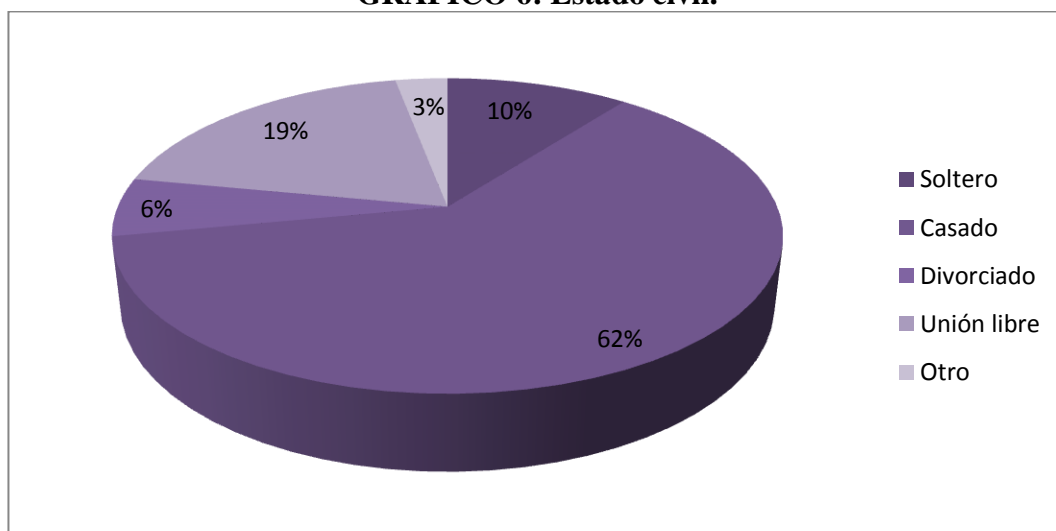
4. Estado civil

TABLA 7: Estado civil.

Ítem	Valoración	F	%
4	Soltero	21	11%
	Casado	123	62%
	Divorciado	12	6%
	Unión libre	38	19%
	Otro	6	3%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 6: Estado civil.



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

De las personas encuestadas el 62% son casadas; el 19% poseen unión libre; el 11% son solteros; el 6% está divorciado; y el 3% posee otra clase de estado civil (viudos). Se establece que la mayor parte de los encuestados son casados, por lo tanto, estas personas no vienen solos, tienen su familia, es decir que la demanda aumenta, por esta razón se debe estar preparados en ofertar variedad de artículos para todas las edades.

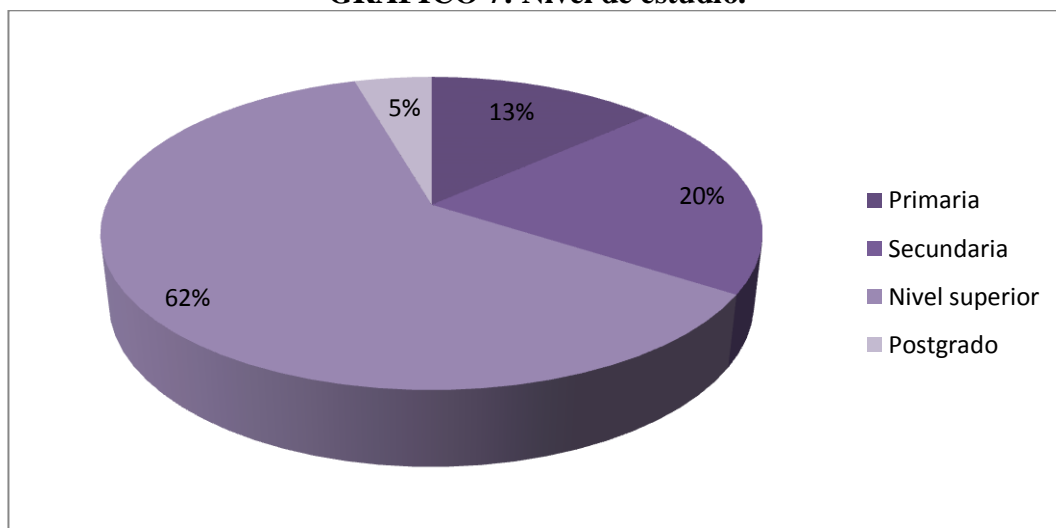
5. ¿Nivel de estudio?

TABLA 8: Nivel de estudio de los encuestados

ítem	Valoración	F	%
5	Primaria	27	14%
	Secundaria	41	21%
	Nivel superior	123	62%
	Postgrado	9	5%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 7: Nivel de estudio.



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 62% de los turistas encuestados son profesionales; el 21% con bachillerato en diversas especialidades; el 14% ha finalizado la primaria; y el 9% restante ha terminado un postgrado. Los turistas poseen un nivel educativo alto, por lo tanto, deben tener un nivel económico rentable para consumir o comprar la oferta de la asociación, siendo de mucha importancia la preparación que deben tener las socias para atender los altos requerimientos que poseen los turistas frente a la compra de las artesanías.

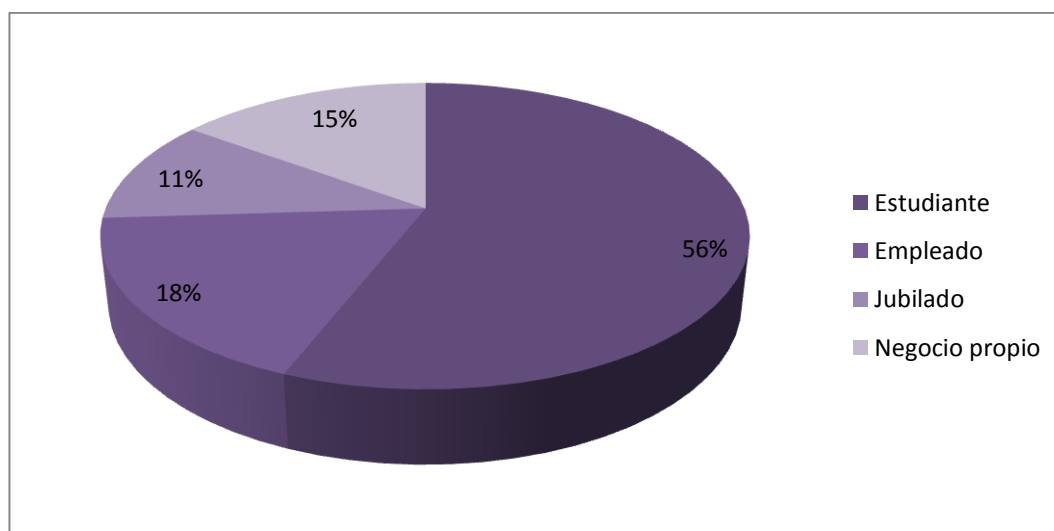
6. Situación laboral actual

TABLA 9: Situación laboral.

Ítem	valoración	F	%
6	Estudiante	112	56%
	Empleado	36	18%
	Jubilado	22	11%
	Negocio propio	30	15%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 8: Situación laboral actual.



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 56% de los turistas encuestados son estudiantes; el 18% son empleados; el 15% poseen un negocio propio; y el 11% son jubilados. De forma general se puede establecer que la situación actual de los turistas encuestados son estudiantes de un nivel de educación superior al analizar con el punto anterior donde se hacía referencia al tipo de estudio que poseían los turistas. Entonces se reafirma el nivel económico y el poder de gasto que poseen de comprar y pagar un buen precio por las artesanías.

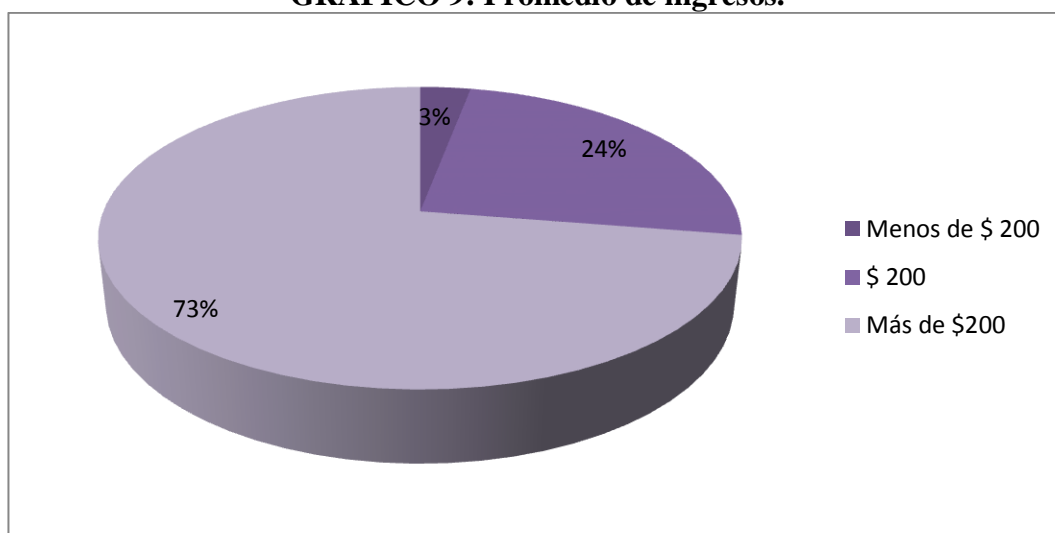
7. Promedio de ingreso económico mensual

TABLA 10: Promedio de Ingresos

Ítem	valoración	F	%
7	Menos de \$ 200	6	3%
	\$200	49	25%
	Más de \$200	145	73%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 9: Promedio de ingresos.



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 73% de los turistas encuestados posee un promedio de ingreso de más de 200 dólares; el 25 % gana un promedio de 200 dólares, mientras que el 3% restante posee un ingreso menor a 200 dólares. Se puede comprobar que el nivel económico es satisfactorio para la oferta que se proyecta brindar, es necesario que se costee los valores de los productos de acuerdo a esta determinación, y verificar el precio real de gasto y el del promedio de pago de los turistas sin llegar a la inflación, tomando en cuenta los valores de honestidad y empoderamiento del trabajo que se realiza, lo cual repercutirá en la fidelización del cliente.

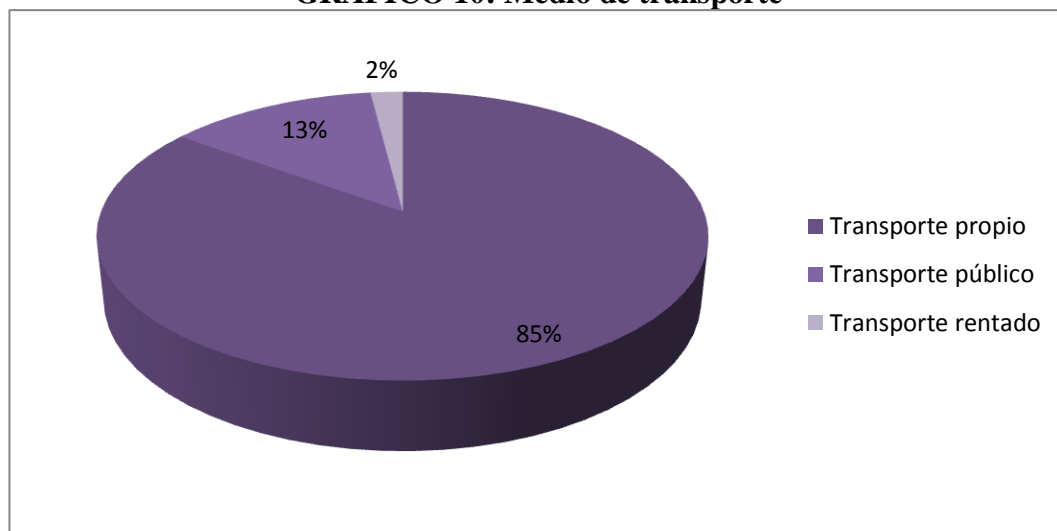
8. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a este lugar?

TABLA 11: Medios de transporte

Ítem	Valoración	F	%
8	Transporte propio	170	85%
	Transporte público	26	13%
	Transporte rentado	4	2%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 10: Medio de transporte



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 85% de los turistas encuestados poseen transporte propio; el 13% de los utiliza el transporte público; mientras que el 2% restante utiliza transporte rentado. Se puede prescribir que al poseer transporte propio están en la capacidad de movilizarse y transportar con ellos las artesanías, específicamente aquellas construidas con caña por su tamaño, viéndose esto como una fortaleza para la compra y comercialización de las mismas a gran escala.

9. ¿Qué tipo de turismo realiza cuando visita la provincia de Santa Elena?

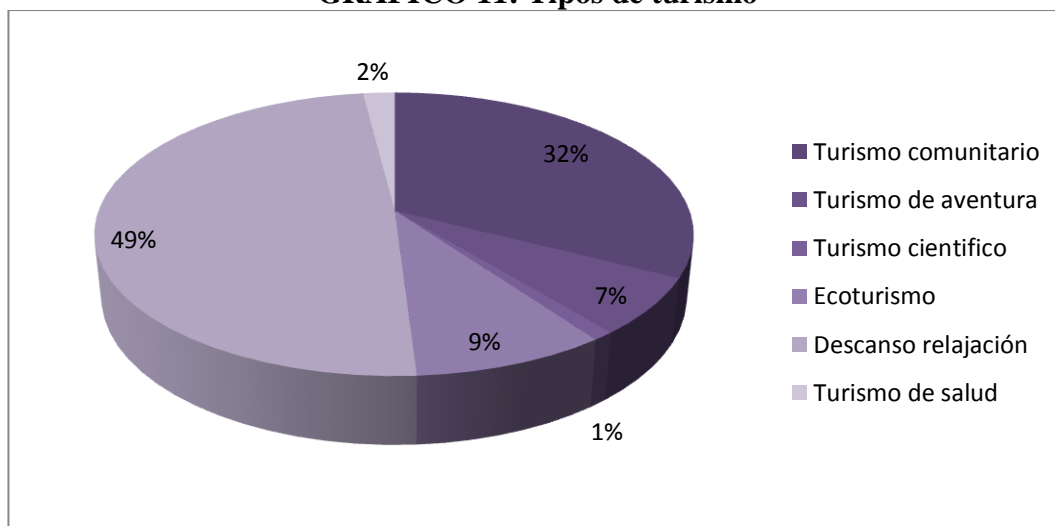
TABLA 12: Tipo de turismo que realiza

Ítem	Valoración	F	%
9	Turismo comunitario	65	33%
	Turismo de aventura	13	7%
	Turismo científico	2	1%
	Ecoturismo	18	9%
	Descanso – relajación	98	49%
	Turismo de salud	4	2%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 11: Tipos de turismo



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 49% de los turistas encuestados realiza el turismo de relajación y descanso; el 33% se inclina por el turismo comunitario; el 9% está orientado al ecoturismo; el 2% al turismo de salud; mientras que solo el 1% realiza turismo científico. Se establece entonces que los turistas vienen a la Provincia de Santa Elena, en especial al sector de Curía, para relajarse, descansar y disfrutar de la naturaleza, motivo por el cual se hace imprescindible proyectar el desarrollo con responsabilidad ambiental e incentivar a los visitantes a emplear esta acción, además de ofrecer servicios de acuerdo al tipo de turismo que el visitante realiza.

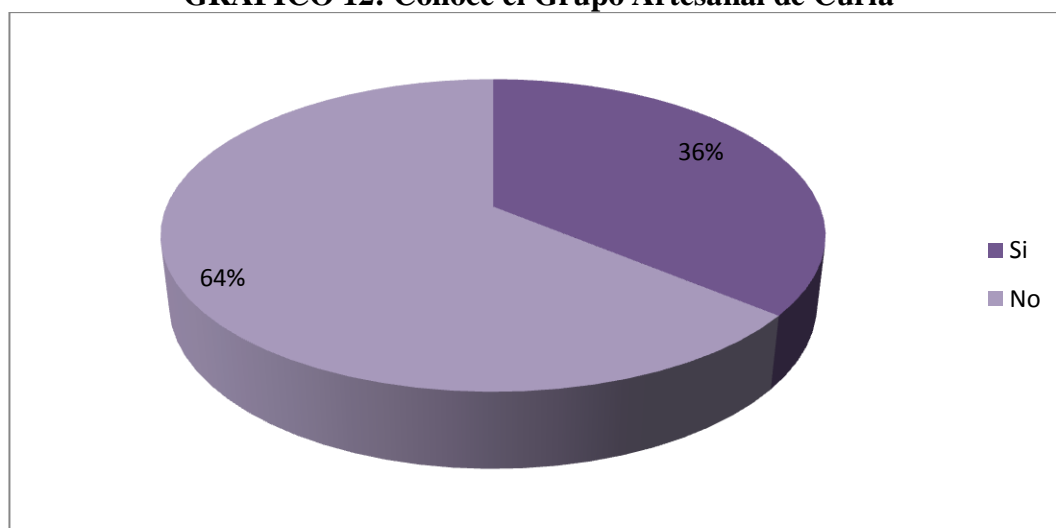
10. ¿Conoce usted del grupo artesanal en la comuna Curía?

TABLA 13: Conoce el Grupo Artesanal de Curía

Conoce la comuna Curia			
Ítem	Valoración	F	%
10	Si	72	36%
	No	128	64%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 12: Conoce el Grupo Artesanal de Curía



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 64% de los turistas encuestados no conocen sobre el grupo artesanal de la comuna Curía; mientras que el 36% de los encuestados si lo conocen. Se puede inferir que los turistas en su minoría conocen del grupo artesanal de la comuna, siendo necesario promocionar a la organización y los servicios que ofrece, de esta manera se llegaría a un porcentaje mayor. Es importante atender bien las necesidades de quienes si la conocen para que sean portavoces y comunicadores, siendo una oportunidad para hacer uso de la publicidad gratuita de boca a boca.

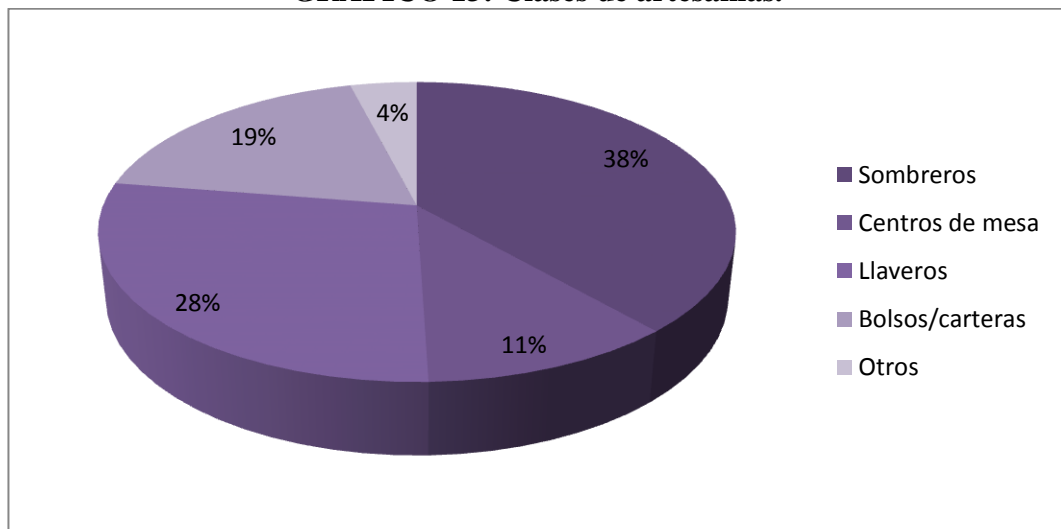
11. ¿Qué clase de artesanía le gustaría comprar en su visita a la comuna Curía?

TABLA 14: Clases de artesanías

Ítem	Valoración	F	%
11	Sombreros	77	39%
	Centros de mesa	22	11%
	Llaveros	56	28%
	Bolsos/carteras	37	19%
	Otros	8	4%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 13: Clases de artesanías.



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 39% de los turistas señaló que les gustaría comprar sombreros; el 28% tiene como preferencia los llaveros; el 19% bolsos y/o carteras; el 11% centros de mesas; y el 4% otro tipo de objetos. Los turistas que respondieron fueron aquellos que conocen el grupo, no se descarta la existencia de un porcentaje que aún sin conocer respondieron a las alternativas de compra. Se considera que los objetos planteados son potenciales en la zona y se los debe elaborar, teniendo en cuenta la innovación o la ubicación de un aplique que los diferencie de la competencia.

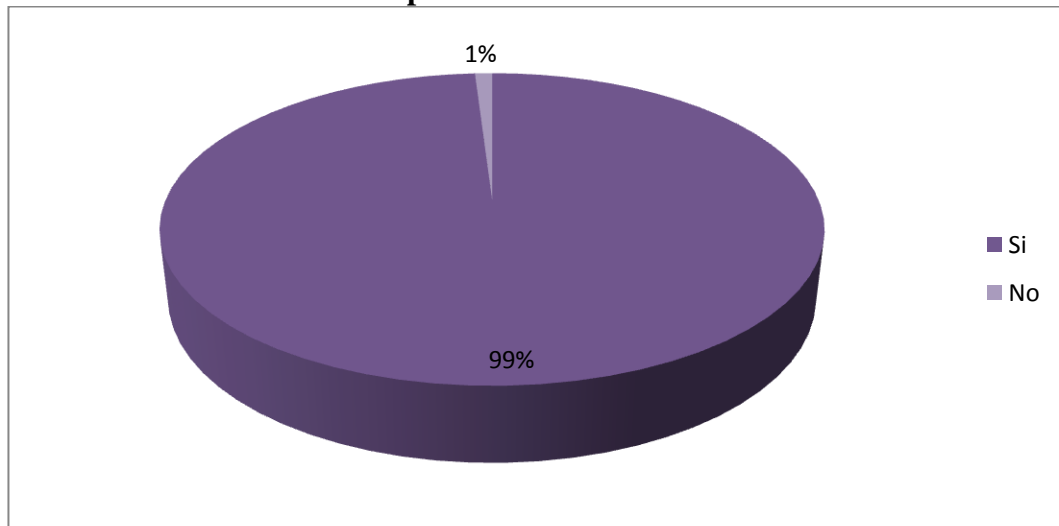
12. ¿Le gustaría ser participe en la elaboración de los productos artesanales que las mujeres emprendedoras de Curía realizan?

TABLA 15: Participación en la elaboración de artesanías

ítem	Valoración	F	%
12	Si	198	99%
	No	2	1%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

Gráfico 14: Participación en la elaboración de artesanías



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 99% de los turistas encuestados indicó que les gustaría participar en la elaboración de las artesanías; mientras que al 1% no le gustaría participar. Se determina que se debe brindar el servicio de interacción con el público pues a ellos les gustaría participar de los procesos de elaboración de los objetos, se podría ejecutar la animación turística artesanal a través del establecimiento de horarios de atención según el tipo de artesanía o previa coordinación con los turistas o agentes de turismo, consolidando esta estrategia como un valor agregado del producto.

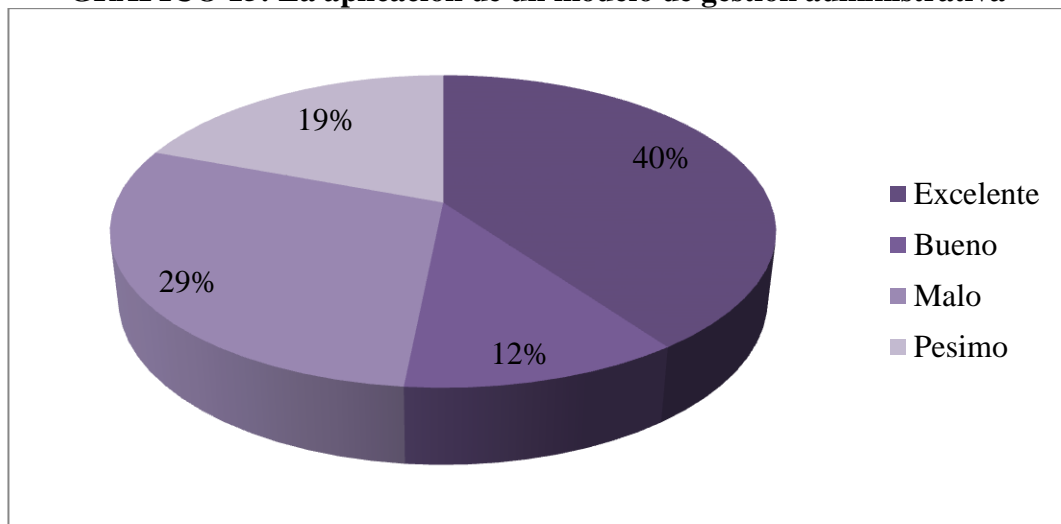
13. Considera usted que aplicar un modelo de gestión administrativa para el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” de la Comuna Curía sería:

TABLA 16: La aplicación de un modelo de gestión administrativa

ítem	Valoración	F	%
13	Excelente	77	40%
	Bueno	22	11%
	Malo	56	29%
	Pésimo	37	19%
	Total	192	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 15: La aplicación de un modelo de gestión administrativa



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 40% de los turistas encuestados consideran excelente la aplicación del modelo de gestión administrativa; el 29% lo considera malo; el 19% lo considera pésimo, mientras que el 11% lo considera bueno. Se determina que el porcentaje mayor de criterio de aplicación del modelo es excelente, por lo tanto se debe aplicar, sin descuidar que el público también es importante y la información obtenida es relevante en el presente estudio.

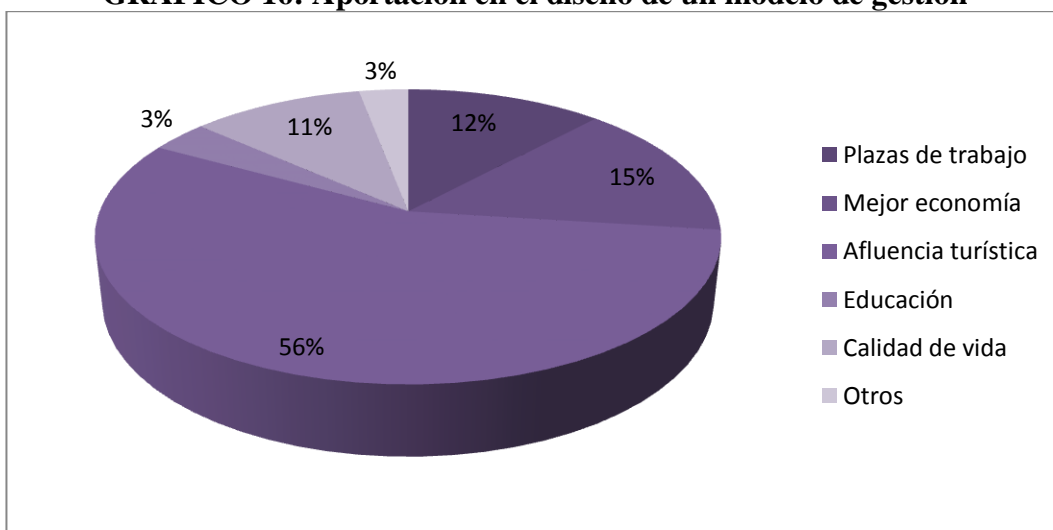
14. ¿En que aportaría un modelo de gestión administrativa al desarrollo turístico de la comunidad de Curía?

TABLA 17: Aportación en el diseño de un modelo de gestión

Ítem	Valoración	F	%
14	Plazas de trabajo	24	12%
	Mejor economía	30	15%
	Afluencia turística	112	56%
	Educación	7	4%
	Calidad de vida	21	11%
	Otros	6	3%
	Total	200	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 16: Aportación en el diseño de un modelo de gestión



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 56% de los turistas considera que el modelo de gestión aportaría en la afluencia de turistas; el 15% señala que mejoraría la economía del grupo; el 12% establece que se crearían plazas de trabajo; el 11% que mejoraría la calidad de vida; el 4% indica que mejoraría la educación; y el 3% restante que aportaría en otro aspecto. Se puede inferir que el aplicar el modelo de gestión contribuirá en un mayor índice en la afluencia de turistas, los otros aspectos mantienen un nivel de importancia considerable, siendo de mucho beneficio el desarrollar este sector turístico.

3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS SOCIAS ACTIVAS DEL GRUPO ARTESANAL, “MUJERES EMPRENDEDORAS” DE LA COMUNA CURÍA.

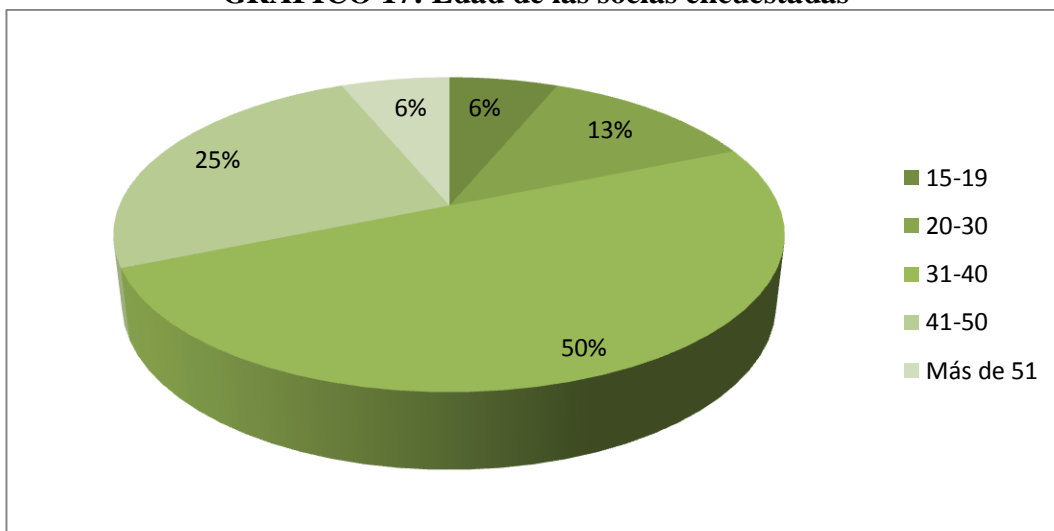
1. ¿Cuál es la edad de las socias?

TABLA 18: Edad de las socias encuestadas

Ítem	Valoración	F	%
1	15-19	1	6%
	20-30	2	13%
	31-40	8	50%
	41-50	4	25%
	Más de 51	1	6%
	Total	16	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 17: Edad de las socias encuestadas



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 50% de las encuestadas están en un rango de 31 a 40 años de edad; el 25% de 41 a 50 años; el 13% de 20 a 30 años; el 6% más de 51 años; y solo el 6% de 15 a 19 años de edad. Se puede comprobar que la mayoría de las socias son jóvenes activas lo que puede ser tomado como una fortaleza para la Asociación.

2. Nivel de estudio

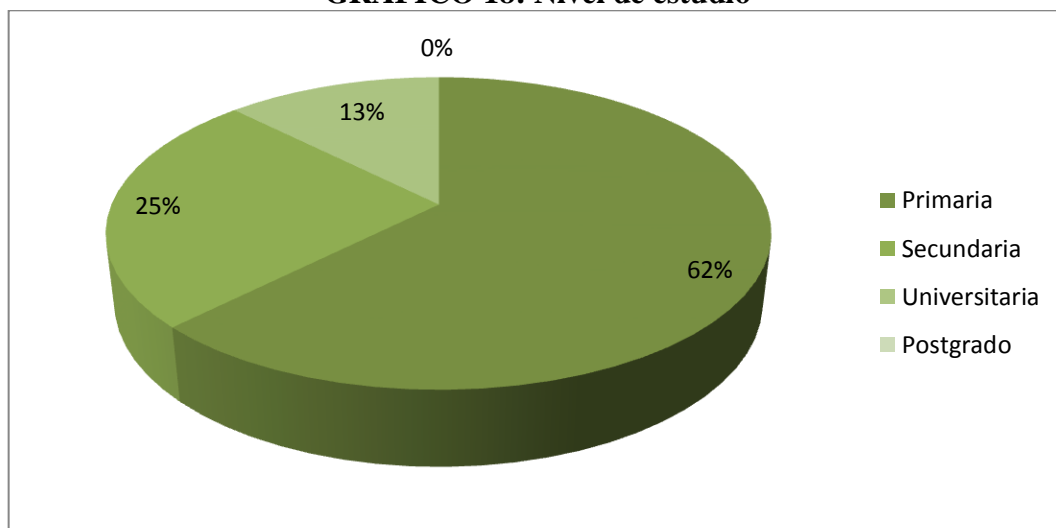
TABLA 19: Nivel de estudio

Ítem	Valoración	F	%
2	Primaria	10	63%
	Secundaria	4	25%
	Universitaria	2	13%
	Postgrado	0	0%
	Total	16	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 18: Nivel de estudio



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 62% de las socias encuestadas ha finalizado la primaria; el 25% concluyó la secundaria; mientras que el 13% se encuentran terminando los estudios universitarios. Las socias poseen un nivel educativo totalmente aceptable, por lo tanto, deben tener un nivel de conocimiento para realizar diferentes actividades, para fines de este estudio se toma como fortaleza en lo referente a la toma de decisiones, viéndose en esto la posibilidad de incluir dentro de las estrategias la capacitación continua para la actualización de sus conocimientos.

3. Promedio de ingresos económicos mensual

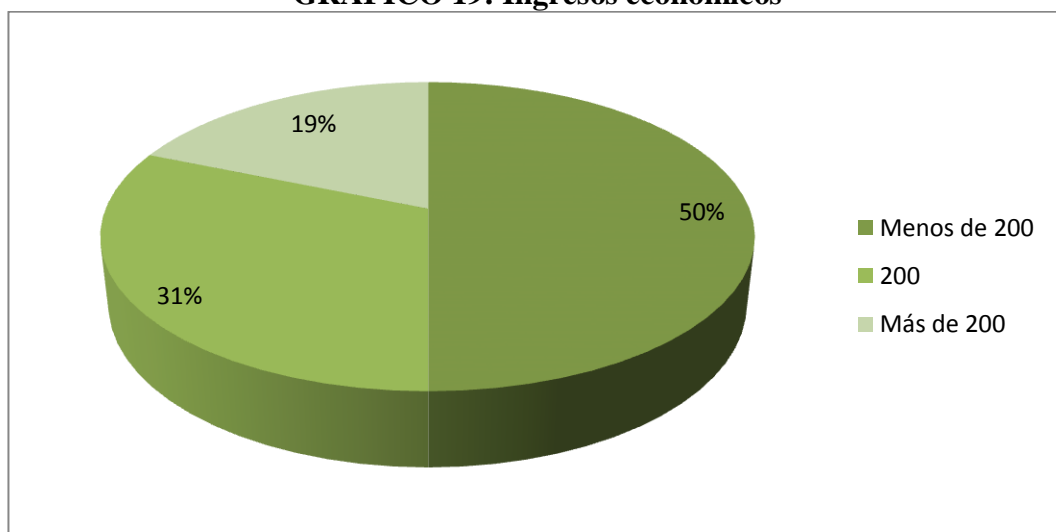
TABLA 20: Ingresos económicos

Ítem	Valoración	F	%
3	Menos de 200	8	50%
	200	5	31%
	Más de 200	3	19%
	Total	16	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 19: Ingresos económicos



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 50% de las socias encuestadas posee un promedio de ingreso menor a 200 dólares; el 31% de ellas gana un promedio de 200 dólares; mientras que el 19% restante posee un ingreso de más de 200 dólares. Se puede establecer que el nivel económico de las socias no es muy satisfactorio, por lo que ellas solventan sus gastos con la actividad que realizan en la asociación. Marcándose como una debilidad la baja comercialización de su producción, siendo esta de carácter dependiente de la afluencia de turistas y de la existencia de ferias.

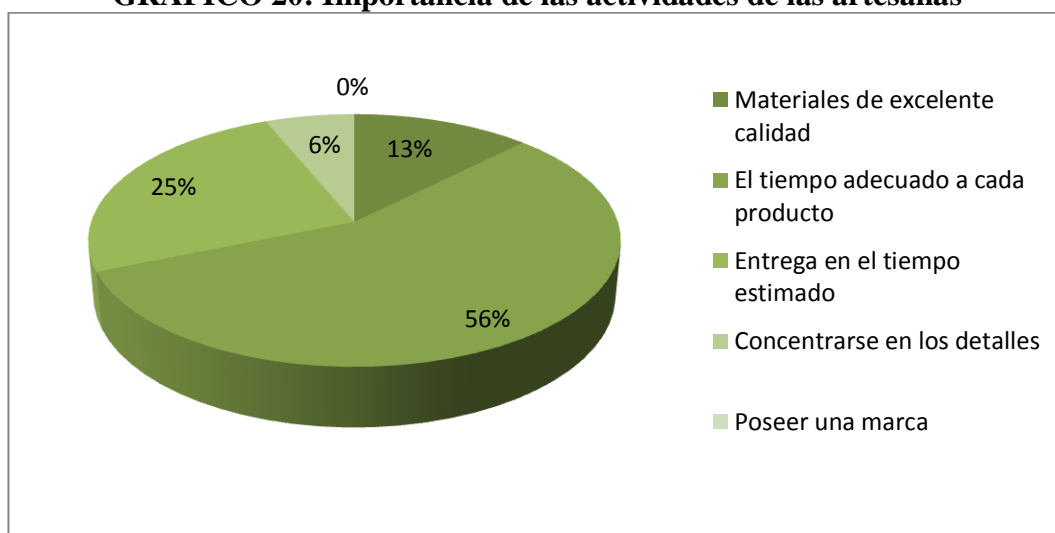
4. Dentro de las actividades que el grupo de mujeres realizan ¿cuál cree usted que son las más importantes para garantizar su trabajo?

TABLA 21: Importancia de las actividades de las artesanas

Ítem	Valoración	F	%
4	Materiales de excelente calidad	2	13%
	El tiempo adecuado a cada producto	9	56%
	Entrega en el tiempo estimado	4	25%
	Concentrarse en los detalles	1	6%
	Poseer una marca	0	0%
	Total	16	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 20: Importancia de las actividades de las artesanas



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 56% de las socias encuestadas considera relevante el tiempo adecuado para poder elaborar cada producto; el 25% señala que es importante el tiempo de entrega estimado; el 13% hace referencia a los materiales de excelente calidad; y el 6% restante destaca la concentración en los detalles. Se puede estipular que el nivel de destreza que poseen las socias es que elaboran productos de calidad, considerando la entrega en el tiempo estimado, siendo una fortaleza en la labor que realizan.

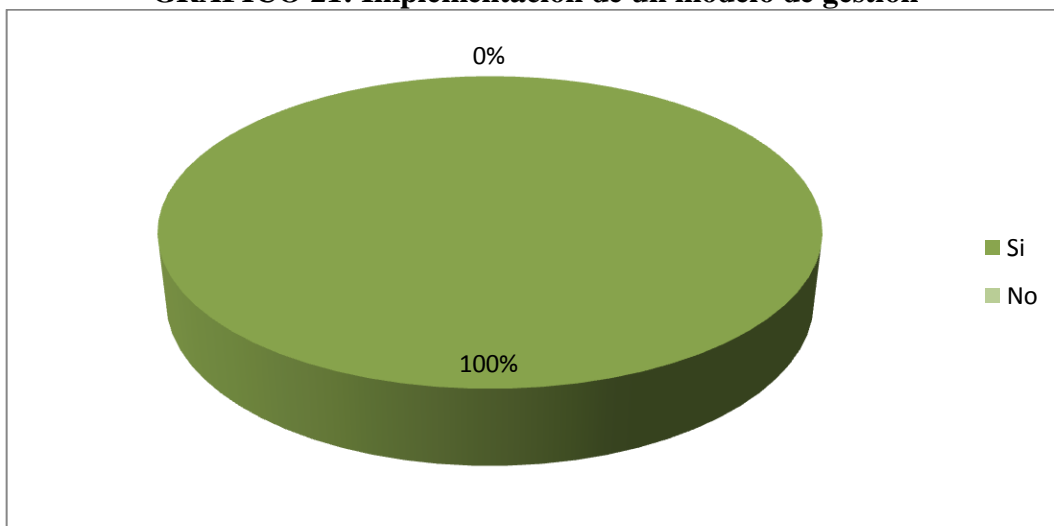
5. ¿Está usted de acuerdo con la iniciativa de crear un modelo de gestión administrativa para el grupo artesanal?

TABLA 22: Implementación de un modelo de gestión

Ítem	Valoración	F	%
5	Si	16	100%
	No	0	0%
	total	16	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 21: Implementación de un modelo de gestión



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 100% de las socias encuestadas está de acuerdo en que se implemente un modelo de gestión para la asociación. Se puede comprobar que la respuesta es muy favorable para la ejecución del modelo para así realizar la elaboración de un producto de calidad. Esta decisión es una fortaleza para la participación decisiva de las socias frente a la ejecución de la propuesta.

6. ¿En que aportaría el diseño de un modelo de gestión en el desarrollo turístico de la comunidad de Curía?

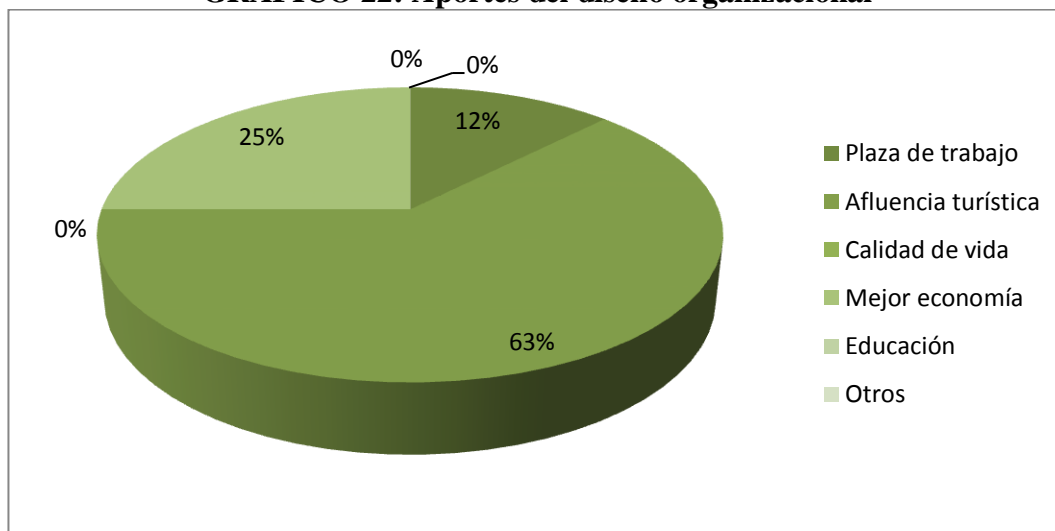
TABLA 23: Aportes del diseño organizacional

Ítem	Valoración	F	%
6	Plaza de trabajo	2	12%
	Afluencia turística	10	63%
	Calidad de vida	0	0%
	Mejor economía	4	25%
	Educación	0	0%
	Otros	0	0%
	Total	16	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 22: Aportes del diseño organizacional



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 63% respondió que con la implementación de un modelo de gestión se incrementaría la afluencia de turistas; el 25% comentó que mejoraría la economía; mientras que el 12% restante indicó que se establecerían nuevas fuentes de trabajo con el modelo. Se puede prescribir que la mayoría de las encuestadas dan su punto de vista en que se mejoraría el flujo turístico así como también la economía, situaciones que van de la mano.

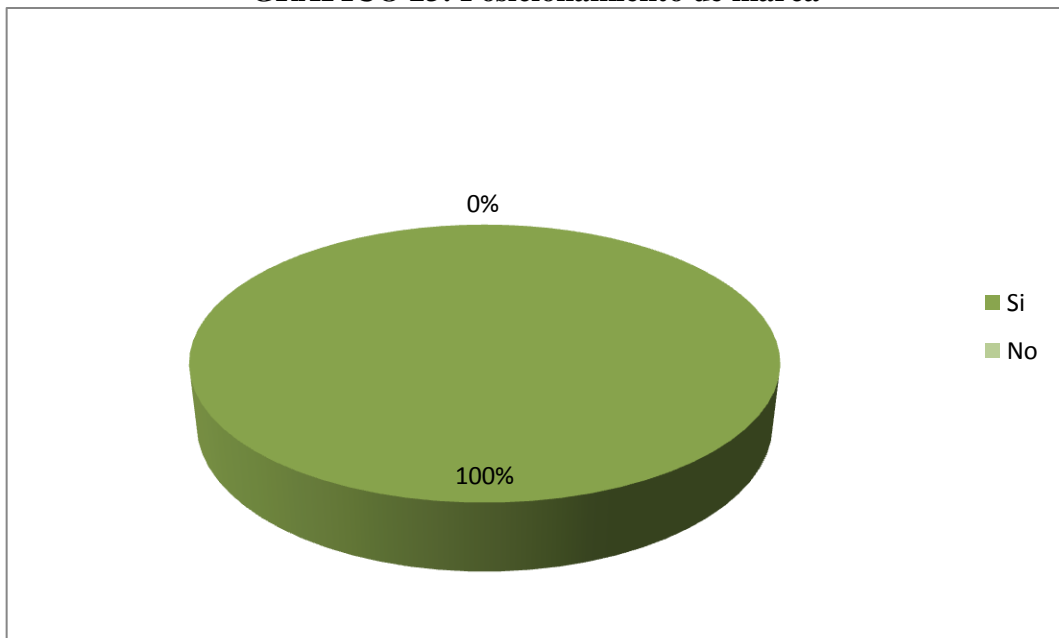
7. ¿Considera necesario que el grupo posea una marca?

TABLA 24: Posicionamiento de marca

Ítem	Valoración	F	%
7	Si	16	100%
	No	0	0%
	Total	16	100%

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 23: Posicionamiento de marca



Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 100% de socias considera importante y necesario poseer una marca y logo. Se puede establecer que están de acuerdo a que se incremente esta oportunidad para que puedan ser identificadas a nivel nacional e internacional.

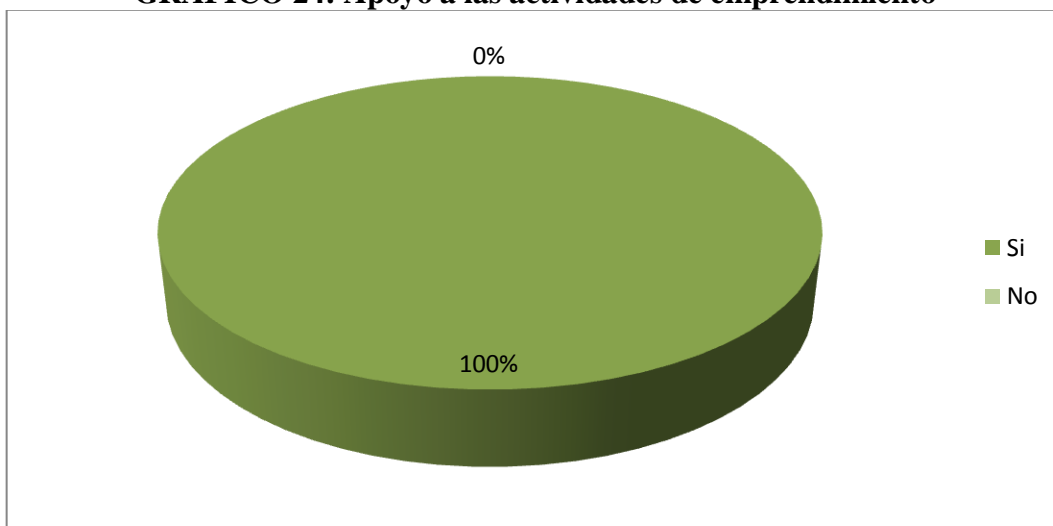
8. ¿Está de acuerdo en apoyar las actividades que se emprendan dentro del grupo?

TABLA 25: Apoyo a las actividades de emprendimiento

Ítem	Valoración	F	%
8	Si	16	100%
	No	0	0%
	Total	16	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

GRÁFICO 24: Apoyo a las actividades de emprendimiento



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

El 100% de socias apoyaría incondicionalmente las actividades que realice la asociación. Se puede determinar que el grupo está fortalecido para participar en cualquier actividad que permita el bienestar de la asociación, siendo esta una ventaja considerada como las ganas de superación.

3.4. CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA APLICACIÓN DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS.

Se presentan los datos obtenidos de la aplicación de las técnicas de encuesta y entrevista aplicadas a los turistas, socias y directivos del Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía, a fin de conocer la percepción de los individuos en los diferentes indicadores de evaluación.

Se reafirma lo planteado en el problema de investigación, en donde se determina que el grupo artesanal no cuenta con una planificación que le sirva como guía para los diversos procesos que se llevan a efecto en la organización, así como la poca responsabilidad que tienen la socias frente a la asistencia a actos programados por la directiva, a esto se suma la escasa productividad y comercialización de la variedad de artesanías.

En cuanto a educación, la mayoría ha finalizado la primaria, lo que determina que posee un nivel educativo básico, sin embargo no se capacitan constantemente en temas relacionados a la fabricación de productos y la atención a los clientes, siendo un porcentaje muy bajo los que están por concluir sus estudios universitarios.

La sede no se encuentra adecuada con los implementos de oficina, ni con vitrinas de observación que permitan utilizar el lugar como un referente de la asociación en todo momento.

Las socias del grupo de Mujeres Emprendedoras se encuentran predispuestas a trabajar en equipo, estando de acuerdo en la aplicación de un modelo de gestión para su organización. Los turistas a pesar de no conocer mucho acerca de la asociación se encuentran muy a gusto frente a las iniciativas que les motiven para la visita de las comunidades. Se toma esto como una aprobación de la realización y ejecución de un modelo que oriente a las socias hacia un re-direccionamiento de la organización.

3.5. RECOMENDACIONES DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS DE LA APLICACIÓN DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS.

Considerar los datos obtenidos de la aplicación de las técnicas de encuesta y entrevista aplicadas a los turistas, socias y directivos del Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía en los diagnósticos de la situación actual de la organización y en la determinación de estrategias para la elaboración del modelo de gestión administrativa.

Planificar las actividades a realizar en beneficio del grupo, a fin de tener una guía para los diversos procesos que se llevan a efecto en la organización, incentivando valores como la responsabilidad en la socias frente a la asistencia a actos programados por la directiva, y el mejoramiento de la productividad y comercialización de la variedad de artesanías.

Aprovechar las fortalezas del grupo como el nivel educativo para la programación de capacitaciones constantes en temas relacionados a la fabricación de productos y la atención a los clientes.

Implementar una oficina y vitrinas de exhibición para tomar como referencia el lugar para la atención de clientes y socias, y puedan realizar las reuniones ordinarias o extraordinarias para llegar a acuerdos respecto al trabajo que deben realizar por mejoras de la organización y el espacio para que los directivos puedan permanentemente hacer turnos de trabajo en su propio establecimiento.

Diseñar un modelo de gestión para el Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía como respuesta a la necesidad planteada en el problema de investigación y los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas y entrevistas, en donde los involucrados respaldan el proceso y se encuentran predispuestos a apoyar en la elaboración y ejecución del proyecto orientado hacia un re-direccionamiento de la organización.

CAPÍTULO IV

MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL GRUPO ARTESANAL MUJERES EMPRENDEDORAS DE LA COMUNA CURÍA, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.

4.1. PRESENTACIÓN.

El modelo de gestión administrativa es una herramienta que permite re-direccionar los pasos en los que se encuentra la empresa u organización, su resultado dependerá de la ejecución y de los líderes que llevan a cabo el mismo.

También está orientado a mejorar los sistemas de comunicación y procesos internos de la organización a través de programas que mejoren el sistema adecuado para acelerar los procesos respectivos dentro del grupo.

Otro de sus alcances es la determinación de metas organizacionales como la misión, visión y políticas organizacionales que contribuyen al mejoramiento a corto y largo de las emprendedoras de Curía.

Se presentan los programas de capacitación, adecuación e implementación de una oficina y un lugar para la exhibición de las artesanías, la estructura orgánica funcional, la mejora del sistema de comunicación y el uso de estrategias de promoción, los mismos que detallan el respectivo cronograma y presupuesto de forma individual.

Finalmente se pueden observar las conclusiones y recomendaciones a las que lleva el presente estudio, como las referencias bibliográficas y los anexos que lo respaldan.

4.2. JUSTIFICACIÓN.

El modelo de gestión administrativa se justifica en cubrir la necesidad existente de la poca organización que existe en el grupo de Mujeres Emprendedoras de la comuna Curía, la baja productividad y comercialización de las artesanías y de la falta de una planificación que sirva como guía para el desarrollo de las diversas actividades que realiza la organización.

Siendo este factible al contar con la aprobación de todos los involucrados en el ambiente interno y externo, teniendo la posibilidad de apoyar en los procesos que se plantean de manera participativa colaborando en la gestión o también comprando y recomendando los productos artesanales.

Su aporte será de mucha utilidad, pues permitirá el re-direccionamiento de la asociación hacia la generación de cambios internos, visibles en el ambiente externo, mejorando la comunicación y los procesos de productividad y comercialización de sus productos artesanales.

De esta manera los proyectos serán capaces de mejorar los procesos empíricos actuales con los programas de establecimiento de una estructura orgánica funcional que permita esclarecer las responsabilidades de cada una de las integrantes de la organización; la mejora del sistema de comunicación a través del establecimiento de pasos para el manejo correcto de la información; la adecuación e implementación de una oficina para la atención de las necesidades de las socias y los clientes; un lugar para la exhibición de los productos que se comercializarán; la capacitación constante para mejorar los conocimientos en diversos temas a fin de fortalecer algunos aspectos negativos de la cultura organizacional incentivando la práctica de valores como la responsabilidad frente a la participación en las actividades programadas por la directiva para el beneficio común, su proyección va más allá del grupo de mujeres que integran la organización, pues esta repercute de forma directa a cada una de las familias a las que pertenecen.

4.3. MISIÓN.

Ofrecer productos artesanales innovadores de alta calidad a través del trabajo comprometido, serio y consciente, que permita la satisfacción de las necesidades altas de consumo.

4.4. VISIÓN.

En el 2018 la asociación será reconocida como líder en la elaboración de artesanías, posicionándose en el mercado por la calidad, diversidad, precios y cumplimiento en la entrega, gracias a su direccionamiento en la gestión administrativa responsable social y ambientalmente.

4.5. OBJETIVO GENERAL

Mejorar los procesos administrativos de forma interna y externa del Grupo de Emprendedoras de la Comuna Curía, mediante la aplicación de un modelo de Gestión Administrativa a fin de que se estandaricen sistema de producción en la Asociación, promoviendo la participación de las socias en la toma de decisiones.

4.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Designar responsabilidades a través de la determinación de una estructura organizacional y funcional.
- Formar a las socias en temas relacionados a la producción y comercialización de los productos artesanales.
- Adecuar espacios para la oficina y exhibición de los productos creando un ente referencial en la sede de la organización.
- Mejorar la comunicación interna de la organización a través de mecanismos de gestión administrativa a fin de que estandarice el sistema de producción en la Asociación, promoviendo la participación de las socias en la toma de decisiones.

- Promocionar los productos artesanales de la comuna Curía creados por las emprendedoras a fin de dar a conocer la cultura de la gente.

4.7. VALORES CORPORATIVOS

Capacidad de innovar para la productividad.

Las socias elaboran productos artesanales con características innovadoras únicas en el mercado, lo que las diferencia de otros productores.

Calidad de los productos.

Los productos del Grupo de Emprendedoras de Curía son de alta calidad, al seleccionar cuidadosamente la materia prima.

Comunicación efectiva.

Existe una comunicación directa y efectiva entre las socias, y de estas con los clientes basada en el respeto hacia los demás, siendo esta en todas las direcciones posibles (vertical y horizontal), a fin de que todos posean la información correcta.

Satisfacción y fidelización de la clientela.

La organización se preocupa por satisfacer las necesidades individuales de los clientes, fidelizando así su compra.

Responsable social y ambientalmente.

La organización es responsable con la sociedad y con el ambiente, respetando su entorno y minimizando los impactos que se puedan ocasionar por el desempeño de sus actividades.

Cultura organizacional

Todos los miembros de la organización respetan la cultura de los demás son responsables de sus actos y asumen las consecuencias respectivas.

4.8. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

El diagnóstico situacional del Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía se realiza en base a la aplicación de dos matrices el PEST (Político, económico, socio-cultural y tecnológico) y el FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

4.8.1. PEST (Político, económico, socio-cultural y tecnológico)

El PEST evalúa la organización en los aspectos político, económico, social-cultural y tecnológico, a continuación se presentan los datos obtenidos en la matriz que permite evaluar cómo se encuentra el Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía y posteriormente la descripción de cada una de estas.

TABLA 26: Matriz PEST (Político, económico, socio-cultural y tecnológico)

POLÍTICO	ECONÓMICO
<ul style="list-style-type: none">• Poseen estatutos internos que fueron socializados por todas las socias.• Cuentan con una directiva.• No poseen un modelo administrativo.• La organización de las actividades es en equipo.	<ul style="list-style-type: none">• Poca venta de sus productos artesanales.• Regularización de impuesto por los entes competentes• Demanda turística escasa en meses de mayo a noviembre.

SOCIO-CULTURAL	TECNOLÓGICO
<ul style="list-style-type: none"> • Poseen integrantes con los niveles de educación primaria secundaria y superior • Idioma Español • Religión católicos practicantes • Son mujeres de entre 20 a 60 años de edad. • Utilizan de manera racional los recursos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poseen interés de promocionar sus productos, pero no cuentan con las herramientas necesarias. • Sus productos son innovadores y de alta calidad.

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

En el aspecto político, la asociación cuenta con estatutos de conformación que rigen hasta la actualidad con reglamentos internos para la organización, por ende cuentan con una directiva, en la cual se han realizado pocos cambios en sus miembros. Pese a esto, no cuentan con un modelo administrativo que les permita tener una dirección o lineamiento a seguir, considerando que los logros obtenidos han sido el fruto de un trabajo en equipo liderado por estas mujeres emprendedoras que se encuentran predispuestas a asumir su rol y responsabilizarse en la aplicación de un nuevo modelo que fortalezca la organización desde sus bases y se proyecte a la presentación de un servicio de calidad hacia sus consumidores que principalmente son turistas de otras regiones del país. En tal virtud se presenta un organigrama funcional que permite determinar y delegar funciones a sus socias y directivos.

En el aspecto económico actualmente las ventas de sus productos se las realiza a través de ferias a las son invitadas o por recomendaciones de clientes, sin embargo existen diferenciación en los ingresos durante el año dependiendo de la afluencia de turistas, lo que estable un promedio de poca venta en sus productos artesanales. El modelo plantea el uso de estrategias de comercialización que permitan incrementar las ventas a través del uso de medios y la calidad en la prestación de

los servicios. Se presenta también la regularización de impuesto por los entes competentes que les permita aportar al país y de la misma forma beneficiarse de los programas que el Estado promueve para los artesanos.

En lo que al aspecto socio cultural se refiere se conoce que las mujeres emprendedoras buscan en la asociación beneficios mutuos que fortalezcan la producción y el reconocimiento de las artesanas de la comunidad y del aporte que estas realizan hacia sus hogares de forma económica. De hecho sus integrantes poseen las siguientes características socio culturales niveles de educación primaria, secundaria y superior, idioma español, religión que profesan católicos practicantes, son mujeres de entre 20 a 60 años de edad y utilizan de manera racional los recursos naturales, para ello han realizado reforestación de la caña Guadua y sigue fielmente el proceso de veda que se decreta por el ministerio para esta materia prima, además cultivan únicamente lo necesario para su producción, buscando el mayor provecho en la elaboración. El modelo pretende dar a conocer el trabajo que este grupo de damas realiza respetando su entorno cultural y ecológico, y a la vez formando de una manera integral a todos los involucrados en este proceso.

Respecto al aspecto tecnológico poseen productos innovadores y de alta calidad, por la creatividad y la dedicación que las emprendedoras utilizan al momento de la elaboración de cada una de las artesanías. En cuanto a la promoción se refiere existe el interés para dar a conocer sus productos, pero no cuentan con las herramientas necesarias. Para ello se presenta en el modelo el uso de estrategias de promoción encaminadas a mejorar la comercialización de sus productos.

4.8.2. Análisis FODA

La aplicación del análisis FODA contribuye a conocer como se encuentra el grupo artesanal evaluado en 4 partes como son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas presentados en una matriz y posteriormente la descripción de cada una de estas:

TABLA 27: Matriz de Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con vida jurídica. • Cuentan con una sede. • Realizan reuniones periódicas para la organización de actividades. • Sus productos son de buena calidad e innovadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Algunas socias no participan activamente. • No poseen un modelo de gestión administrativa. • La sede no se encuentra adecuada para la exhibición de los productos. • Poseen escasa promoción de sus productos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones externas por partes de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. • Participación en Ferias de Turismo provinciales. • Asociarse con otras organizaciones artesanales del país. • El intercambio de información a través de redes de asociaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia en varias comunidades artesanales. • Desastres naturales. • Falta de apoyo de las instituciones públicas de la importancia de las actividades artesanales como parte de la oferta turística de la provincia y el país.

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

Fortalezas: Realizan reuniones periódicas para la organización de actividades de manera mensual o de forma ocasional dependiendo de las situaciones que se

presenten; cuenta con vida jurídica siendo el único grupo de mujeres artesanas en la comunidad, además cuentan con sede propia que sirve para llevar a cabo los encuentros entre las socias; sus productos son de buena calidad e innovadores, y constantemente buscan la forma de crear o añadir valor agregado a los productos artesanales que ellas de forma manual producen.

Debilidades: presentan inconvenientes dentro de los que destacan que algunas de las socias no participan activamente; además por el poco conocimiento no poseen un modelo de gestión administrativa, que re-direccione la organización y les permita tener una guía para la mejora de la comunicación interna y la comercialización de sus productos. Como se mencionó poseen una sede que no se encuentra adecuada para la exhibición de los productos; y poseen una escasa promoción de sus productos.

Oportunidades: aprovechan las capacitaciones externas por parte de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, además de la participación en ferias de turismo provinciales, y se encuentran predispuestas a colaborar en actividades que les permita mejorar en los diversos aspectos como asociación, de hecho se encuentra muy positiva ante las expectativas que tienen de la ejecución del modelo de gestión administrativa; pueden asociarse con otras organizaciones artesanales del país, buscando la creación de rutas especializadas del turismo y aprovechar el intercambio de información a través de redes de asociaciones para incrementar las experiencias de vida organizacional.

Amenazas: dentro de estas se encuentran la competencia en varias comunidades artesanales y los desastres naturales que podrían ocasionarse por presentarse en la franja costera como el Fenómeno de El Niño e inclusive tsunamis, añadiendo a esto el cambio de clima, además de la falta de apoyo de las instituciones públicas de la importancia de las actividades artesanales como parte de la oferta turística de la provincia y el país.

4.8.3. Matriz estratégico FODA

TABLA 28: Matriz de Direccionamiento Estratégico

Factores Externos	OPORTUNIDADES O1. Capacitaciones externas por partes de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. O2. Participación en Ferias de Turismo provinciales. O3. Asociarse con otras organizaciones artesanales del país. O4. El intercambio de información a través de redes de asociaciones.	AMENAZAS A1. Competencia en varias comunidades artesanales. A2. Desastres naturales. A3. Poco reconocimiento de las instituciones públicas de la importancia de las actividades artesanales como parte de la oferta turística de la provincia y el país.
Factores Internos		
FORTALEZA F1. Realizan reuniones periódicas para la organización de actividades. F2. Cuenta con vida jurídica. F3. Cuentan con una sede. F4. Sus productos son de buena calidad e innovadores.	(F1,O1) (F2,A2) Reorganización del Grupo Artesanal Formación del Recurso Humano	(F3,A1) (F4,A3) Promoción de los productos artesanales
DEBILIDADES D1. Algunas socias no participan activamente. D2. No poseen un modelo de gestión administrativa. D3. La sede no se encuentra adecuada para la exhibición de los productos. D4. Poseen escasa promoción de sus productos.	(D1,O3) (D2,O4) Mejora de la comunicación efectiva	(D3, A2) (D4,A3) Mejora de Infraestructura

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9. MODELO DE GESTIÓN DEL GRUPO DE EMPRENDEDORAS DE LA COMUNA CURÍA

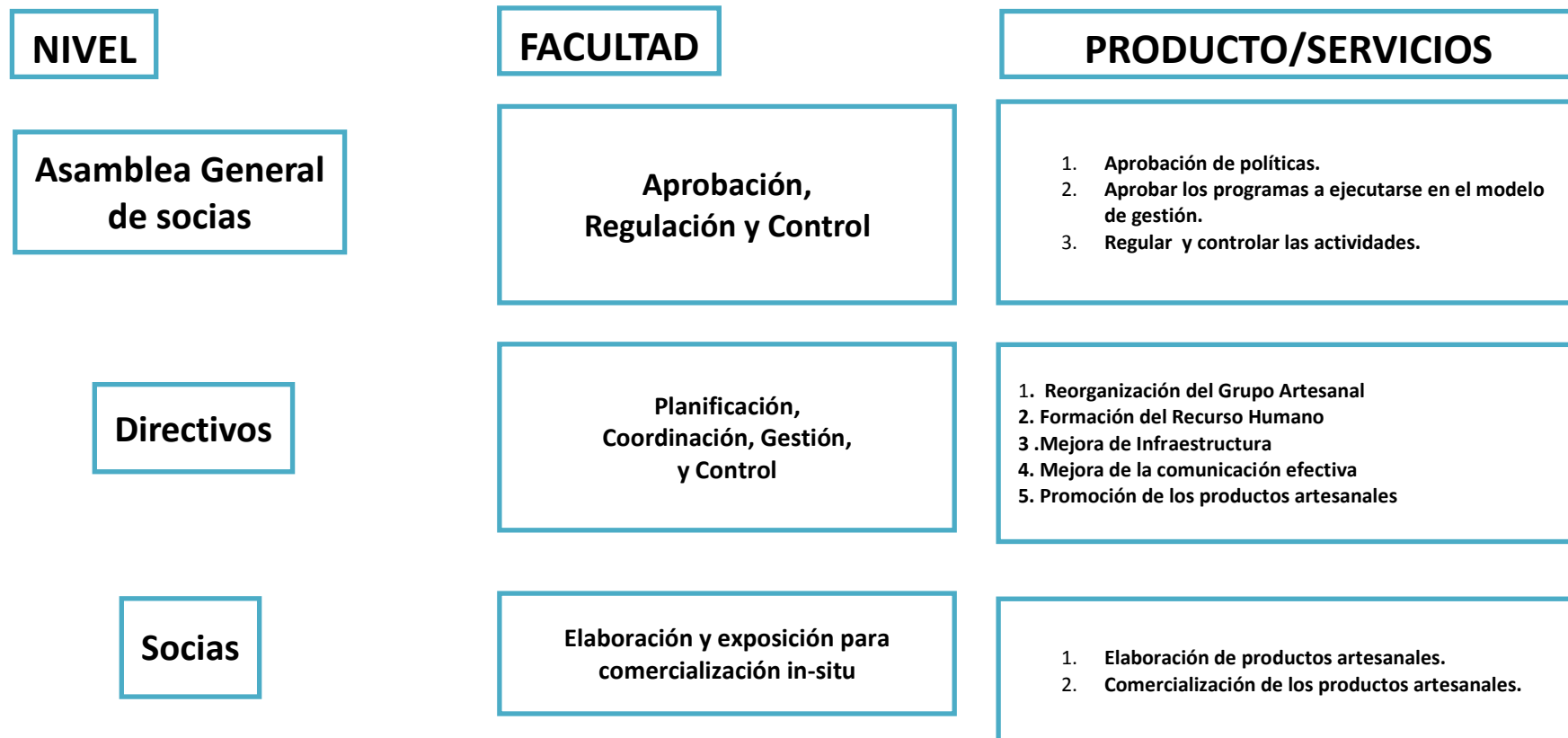
El Modelo de Gestión del Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía cuenta con 5 programas encargados de direccionar actualmente la organización de forma participativa e inclusiva, considerando los tres niveles existentes.

El modelo se encuentra presidido por las Asamblea General de Socias, posteriormente los directivos y finalmente las socias: los primeros se encargan de aprobar cada uno de los procesos que emprende la organización; en el segundo nivel se realizan cuatro programas la reorganización del grupo artesanal, formación del recurso humano, mejora de infraestructura, mejora de la comunicación efectiva, que orienta al fortalecimiento interno de la organización cubriendo las debilidades hasta convertirlas en fortalezas que mejoren los procesos internos.

Dentro de las actividades que se realizarán se encuentran la determinación de una nueva estructura organizacional, capacitaciones, adecuación de una oficina, adecuación de un espacio para la exhibición de los productos y establecimiento de políticas de comunicación. Finalmente las funciones de las socias se encuentran en la producción y la comercialización de las artesanías.

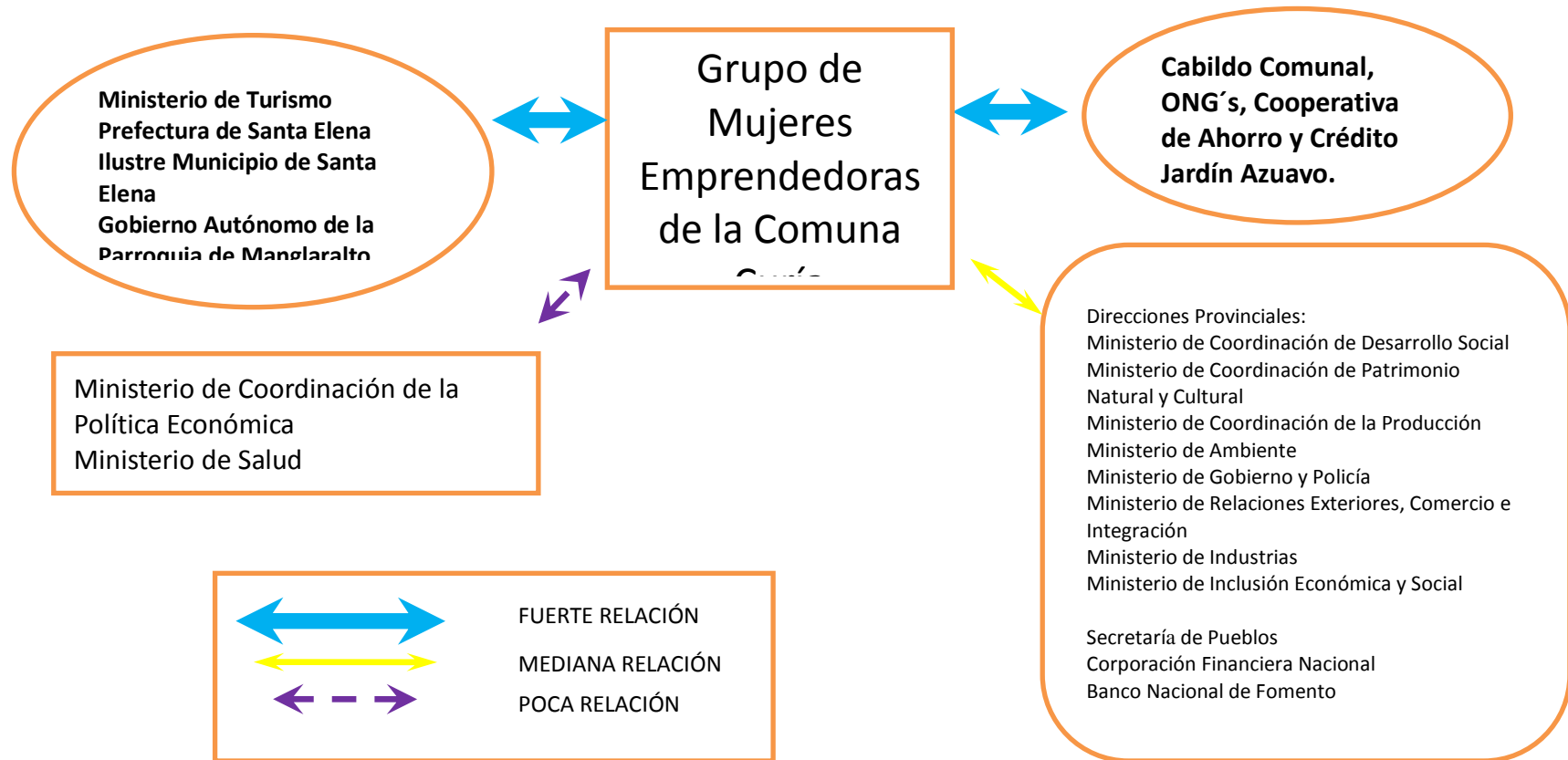
El modelo presenta un mapa de relacionamiento institucional que proyecta las instituciones que colaborarían con su ejecución con fuerte, mediana y poca relación con la organización y el presente proyecto. Aquellas de fuerte relación se encuentran distribuidas en públicas y privadas, dentro de las que se mencionan las entidades que gozan de autonomía como la prefectura, el municipio y el Gobierno Autónomo de Manglaralto; entre las de mediana relación se presentan las direcciones provinciales de los distintos ministerios que se encuentran con un grado de relación con la organización y en las de poca relación dos instituciones de Gobierno: el Ministerio de Salud y el Ministerio Coordinador de la Política.

GRÁFICO 25: Modelo de Gestión de Empoderamiento del Grupo de Emprendedoras de la Comuna Curía



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Diana, 2013

Gráfico 26: Mapa de relacionamiento institucional



Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9.1. Programas

TABLA 29: Programa del Modelo de Gestión Administrativa para el Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía

PROGRAMAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES
1 Reorganización del Grupo Artesanal	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una estructura orgánica 	<ul style="list-style-type: none"> • Designación de responsabilidades. • Determinación de procesos.
2 Formación del Recurso Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Empoderamiento del trabajo que se realiza. • Compromiso afectivo, continuo y normativo.
3 Mejora de Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de una oficina • Adecuación de un espacio para la exhibición de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un espacio para la atención de necesidades y la acumulación de documentos. • Crear un espacio para la exhibición de los productos artesanales.
4 Mejora de la comunicación efectiva	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de políticas de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear políticas para el manejo de la información.
5 Promoción de los productos artesanales	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de promoción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar estrategias de promoción, precio, producto, distribución y comunicación.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9.2. Proyectos

4.9.2.1. Línea Estratégica de Reorganización del Grupo Artesanal

La reorganización del Grupo Artesanal de la Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía se desarrolla en el contexto de la elaboración y puesta en marcha de un nuevo organigrama estructural que fortalece los puestos actuales en los que se encuentra distribuida la asociación y se les establece responsabilidades, destacando que la Asamblea General de Socias es la mayor autoridad dentro de la organización. A continuación se encuentra la tabla para mayor ilustración y posteriormente el respectivo organigrama.

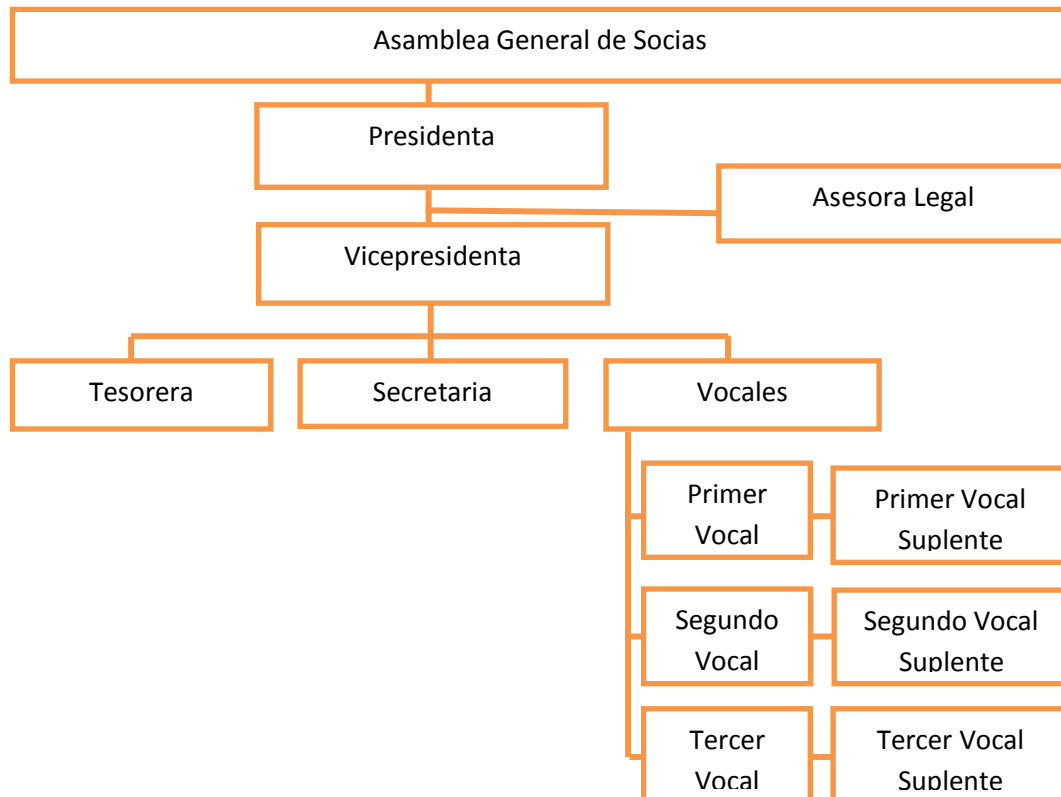
TABLA 30: Reorganización del Grupo Artesanal

LÍNEA ESTRATÉGICA/ PROGRAMA	Reorganización del Grupo Artesanal
	Descripción: se refiere a reorganizar las actividades que viene desempeñando el Grupo de Emprendedoras de la comuna Curía, a través de la elaboración de un organigrama funcional que permita definir las responsabilidades de las socias según el cargo que desempeñan esclareciendo los procesos en cada una de estas designaciones.
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none">• Designar responsabilidades a través de la determinación de una estructura organiza funcional.
PROYECTO Establecer una estructura orgánica	<ul style="list-style-type: none">• Designación de responsabilidades.• Determinación de procesos.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.8.2.1.1. Organigrama de la Asociación Mujeres Emprendedoras de Curía.

GRÁFICO 27: Estructura Orgánica de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de Curía



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

FUNCIONES DE LA PRESIDENTA.

- Convocar por escrito a asambleas generales ordinarias o extraordinarias y sesiones del Directorio, así como presidir las asambleas y sesiones del Directorio.
- Suscribir conjuntamente con la secretaria las actas de las asambleas.
- Representar legal, judicial, y extrajudicialmente a la asociación en todos los actos o contratos que se realicen.
- Vigilar el cumplimiento del estatuto y reglamentos, así como hacer cumplir las resoluciones de la Asamblea.

- e) Revisar los libros de la contabilidad de actas y demás documentos cuando lo crea conveniente.
- f) Consignar el visto bueno en los recibos y comprobantes de pago que deberá realizar la tesorera y firmar conjuntamente con la tesorera las cuentas bancarias para movilización de fondos.

FUNCIONES DE LA VICEPRESIDENTA.

- a) Subrogar a la Presidenta con todas sus atribuciones, en caso de ausencia temporal o definitiva y colaborar con la Presidenta, la Tesorera y la Secretaria en el cumplimiento de sus deberes y ejercicios de sus atribuciones.

FUNCIONES DE LA SECRETARIA.

- a) Asistir puntualmente a las sesiones del Directorio y las de Asamblea General ordinaria u extraordinaria y suscribir conjuntamente con la Presidenta las respectivas actas.
- b) Mantener la correspondencia al día y certificar los documentos de la Asociación.
- c) Cuidar el archivo de la Asociación, autenticar los documentos y conferir certificaciones, previa autorización de la Presidenta
- d) Elaborar y distribuir las convocatorias a Asambleas y sesiones del directorio previa autorización y suscripción conjunta con la Presidenta.

FUNCIONES DE LA TESORERA.

- a) Administrar, responder civil y penalmente por los fondos y bienes de la Asociación, ubicar dichos fondos y bienes de acuerdo a las disposiciones del Directorio o de la Asamblea General.
- b) Elaborar conjuntamente con la Tesorera el presupuesto de la Asociación y someterlo a consideración del Directorio y a la aprobación de la Asamblea General de Socias.

- c) Llevar la contabilidad actualizada y mantener en archivo los comprobantes de ingreso y egreso de los dineros con sus respectivos justificativos.
- d) Recibir los valores que por cualquier concepto ingresan a la Asociación y depositar en la cuenta bancaria y firmar conjuntamente con la presidenta los órdenes de gastos que se hagan y los cheques que se giren.
- e) Efectuar anualmente el inventario de los bienes de la Asociación y presentar informes detallados sobre su desenvolvimiento económico, cada tres meses o cuando los soliciten el Directorio o la Asamblea General.

FUNCIONES DE LA ASESORA LEGAL.

- a) Estudiar y analizar problemas jurídicos a petición de la Presidenta de Asociación o Directorio.
- b) Trabajar eventualmente ante algún problema que se presente a la Asociación y colaborar en actividades especiales de la presidenta.
- c) Establecer la estructura de puestos de trabajos que asegure el logro de los resultados requeridos con los recursos de la asociación.

FUNCIONES DE LOS VOCALES PRINCIPALES.

- a) Apoyar en las actividades que coadyuven a la Asociación, el cumplimiento de acuerdos de gremio y participar en el cumplimiento de los acuerdos derivados en la Asociación para su beneficio.
- b) Comunicar a la Presidenta sugerencias para propiciar y mejorar el cumplimiento de las atribuciones y objetivos de la Asociación.
- c) Suscribir las actas, votos y acuerdos de la Asociación, en los que quede constancia de su participación y solicitar en cualquier momento a la Presidenta a través de la secretaria que se comunique a sesiones extraordinarias para tratar asuntos que por su importancia así lo requieran.

FUNCIONES DE LOS VOCALES SUPLENTE.

- a) Sustituir las actividades de las vocales principales de la Asociación.

TABLA 31: Cronograma y Presupuesto del Proyecto de Reorganización del Grupo Artesanal

Línea estratégica / programa		2014		2015		2016		2017		2018		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
Proyectos	Acciones	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
		S	S	S	S	S	S	S	S	S	S					
Establecer una estructura orgánica	Designación de responsabilidades.	X										Grupo de Mujeres Emprendedoras	\$100	Grupo de Mujeres Emprendedoras	Alta	Corto
	Determinación de procesos.	X										Grupo de Mujeres Emprendedoras	\$100	Grupo de Mujeres Emprendedoras	Alta	Corto
Total												\$200				

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9.2.2. Línea Estratégica de Formación del Recurso Humano

La Línea Estratégica del Recurso Humano se encuentra direccionada a fortalecer dos factores importantes en la organización como son la producción de las artesanías y las estrategias de comercialización a fin de incrementar las ventas y por ende los ingresos económicos, que les permita mejorar su calidad de vida actual y a la organización en todos los aspectos. A continuación se encuentra la tabla de esta línea estratégica y los respectivos programas de capacitación especificando sus objetivos, tiempo y espacio.

TABLA 32: Formación del Recurso Humano

LÍNEA ESTRATÉGICA/ PROGRAMA	Formación del Recurso Humano
<p>Descripción: formar a las socias en temas referentes a la productividad de las artesanías en una alta calidad y a la respectiva comercialización de los productos artesanales, añadiendo una verdadera atención al cliente con una adecuada reglamentación.</p>	
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Formar a las socias en temas relacionados a la producción y comercialización de los productos artesanales.
PROYECTO Capacitaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Productividad de las artesanías: calidad e innovación. • Comercialización de los productos artesanales: atención al cliente y estrategias de ventas.

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9.2.2.1. Programa de Capacitaciones para las Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía

PROYECTO – 01: Productividad de las artesanías: calidad e innovación.

OBJETIVO: Mejorar los procesos de producción de las artesanías que elaboran las Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía, a través de la formación del recurso humano para obtener productos con una alta calidad e innovación.

DESCRIPCIÓN: Las Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía es un grupo asociado de artesanas que utilizan su creatividad para la elaboración de sus productos, sin embargo es importante fortalecer esta habilidad que les permite sobresalir en su labor, permitiéndoles ser mayormente reconocidas por la alta calidad en innovación de sus artesanías.

POBLACIÓN OBJETIVO: Socias de la Asociación de las Mujeres Emprendedoras de la comuna Curía.

REQUISITOS: Participar activamente de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la comuna Curía y los documentos personales actualizados para el respectivo registro.

TEMÁTICAS O CURSOS: Calidad en la elaboración de los productos artesanales; y Creatividad e Innovación en productos artesanales.

NÚMERO DE HORAS: 32.

PERFIL DEL CAPACITADOR: Profesional con experiencia en dictar cursos de capacitación en producción de artesanías, conocimientos en didáctica y dominio de grupo.

PROYECTO – 02: Comercialización de los productos artesanales: atención al cliente y estrategias de ventas.

OBJETIVO: Acrecentar las estrategias de ventas y mejorar la atención al cliente a través de la formación de las socias de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la comuna Curía, direccionando el incremento de la comercialización de los productos artesanales.

DESCRIPCIÓN: La Asociación de Mujeres Emprendedoras de la comuna Curía vende sus artesanías en una escala menor, en tiempos y espacios determinados limitados, por lo que se pretende buscar nuevos espacios y el uso de estrategias que incremente la comercialización de sus productos de forma local, regional, nacional y direccionada a lo internacional. Así como fortalecer la calidad de atención al cliente que ellas realizan al momento de ofertar un producto.

POBLACIÓN OBJETIVO: Socias de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la comuna Curía.

REQUISITOS: Participar activamente de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la comuna Curía y los documentos personales actualizados para el respectivo registro.

TEMÁTICAS O CURSOS: Atención al cliente y estrategias de ventas.

NÚMERO DE HORAS: 32.

PERFIL DEL CAPACITADOR: Profesional con experiencia en dictar cursos de capacitación en comercialización y estrategias de ventas, calidad de la atención de servicio al cliente, conocimientos en didáctica y dominio de grupo, disponibilidad de tiempo para la programación de las capacitaciones.

TABLA 33: Cronograma y presupuesto Proyecto de Formación del Recurso Humano

Línea estratégica / programa												Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
Formación del Recurso Humano		2014		2015		2016		2017		2018						
Proyectos	Acciones	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
		S	S	S	S	S	S	S	S	S	S					
Capacitaciones	Productividad de las artesanías: calidad e innovación.	X	X									Ministerio de turismo. GAPM	\$1250,00	Si aplica	Alta	Corto
	Comercialización de los productos artesanales: atención al cliente y estrategias de ventas.			X		X						Grupo artesanal de la comuna Curía	\$1250,00	Si aplica	Alta	Mediano
Total												\$2500,00				

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9.2.3. Línea Estratégica Mejora de Infraestructura

La Línea Estratégica Mejora de Infraestructura planea la división de dos espacios destinados al funcionamiento de una oficina administrativa, así como también a la exhibición y venta de los productos artesanales que elaboran las socias. A continuación se presenta la tabla para una mayor ilustración y un gráfico del diseño de la estructura.

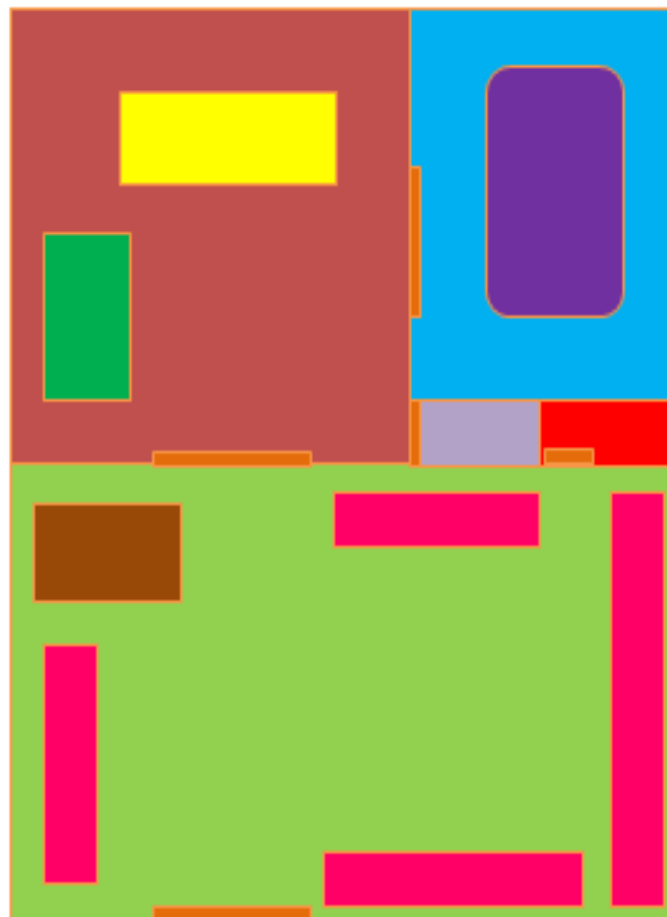
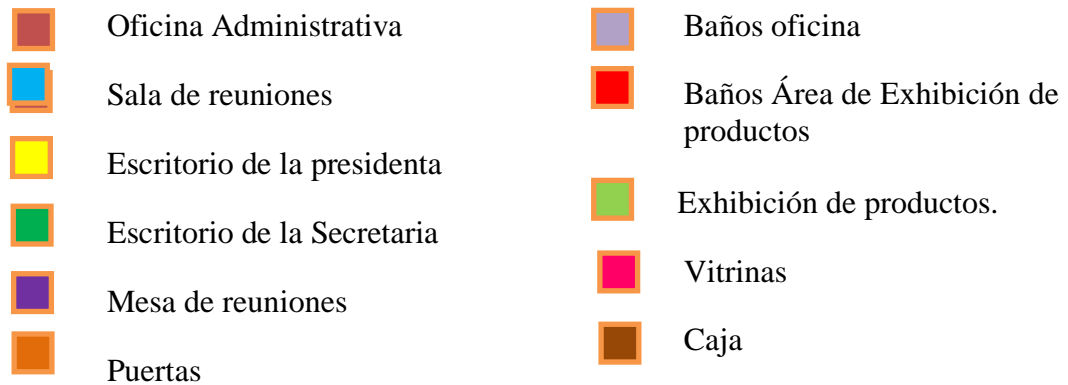
TABLA 34: Mejora de Infraestructura

LÍNEA ESTRATÉGICA/ PROGRAMA	Mejora de Infraestructura
Descripción: proyecta mejorar la adecuación de la oficina del grupo de Mujeres Emprendedoras de la comuna Curía y la creación de un lugar para la exhibición de sus productos.	
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuar espacios para la oficina y exhibición de los productos creando un ente referencial en la sede de la organización.
PROYECTO Adecuación de la oficina Adecuación de un espacio para la exhibición de los productos.	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un espacio para la atención de necesidades y la acumulación de documentos. • Crear un espacio para la exhibición de los productos artesanales.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9.2.3.1. Diseño de la adecuación de la sede de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía

GRÁFICO 28 Diseño de la adecuación de la sede de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

TABLA 35: Cronograma y presupuesto del proyecto de Mejora de Infraestructura

Línea estratégica / programa		2014		2015		2016		2017		2018		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
Mejora de Infraestructura		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
Proyectos	Acciones	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S					
Adecuación de una oficina.	Crear un espacio para la atención de necesidades y la acumulación de documentos.	X		X		X		X		X		Mujeres emprendedoras	\$5000,00	Si aplica	Alta	Medio
Adecuación de un espacio para la exhibición de los productos.	Crear un espacio para la exhibición de los productos artesanales.	X		X		X		X		X		Mujeres emprendedoras	\$5000,00	Si aplica	Alta	Medio
Total													\$10000			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9.2.4. Línea Estratégica Mejora de la Comunicación Efectiva

La Línea Estratégica Mejora de la Comunicación Efectiva está basada en la creación de políticas de comunicación que permitan enlazar los procesos que llevan a efecto la producción y comercialización de artesanías, así como el recurso humano que las elabora, a fin de coordinar de una mejor manera las actividades que realiza la organización en todos sus aspectos. A continuación se presenta la tabla para una mejor ilustración y las políticas propuestas para el presente programa.

TABLA 36: Mejora de la comunicación efectiva

LÍNEA ESTRATÉGICA/ PROGRAMA	Mejora de la comunicación efectiva
<p>Descripción: se crean políticas para regir los datos que emiten cada uno de los departamentos referentes a la comunicación en los diversos temas dependiendo de su prioridad.</p>	
OBJETIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la comunicación interna de la organización a través de mecanismos de gestión administrativa a fin de que estandarice el sistema de producción en la Asociación, promoviendo la participación de las socias en la toma de decisiones.
PROYECTO Establecimiento de políticas de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Crear políticas para el manejo de la información.

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9.2.4.1. Políticas para el Manejo de la Información

Art. 1. PROPÓSITO: Mejorar la comunicación interna de la organización a través de mecanismos de gestión administrativa a fin de que estandarice el sistema de producción en la Asociación, promoviendo la participación de las socias en la toma de decisiones.

Art. 2. ALCANCE: Esta política aplica a toda las socias de la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía (AMEC).

Art. 3. BASE LEGAL: Se encuentra legalmente justificada en los siguientes documentos según el Marco Legal del proyecto:

Constitución de la República del Ecuador.

Ley y reglamento de Turismo.

PLANDEUR 2020.

Plan Nacional del Buen Vivir.

Reglamento Interno de la AMEC.

Art. 4. POLÍTICA: La información de la organización es pública, sin embargo es necesario recalcar que su emisión debe ser con absoluta responsabilidad y no debe dañar la imagen de las personas, debiendo comprobarse cualquier pronunciamiento realizado por parte de las socias de la AMEC.

Art. 5. ASPECTOS GENERALES

- a. Todo los documentos originales o copias de la AMEC deben estar almacenados en las respectivas oficinas y solo saldrán de allí con la debida autorización de la presidenta según el caso y deberán ser devueltos una vez concluido el trámite correspondiente.
- b. Las computadoras y dispositivos de información se guardan en la sede de la AMEC, y se utilizan únicamente con la autorización de la presidenta.

- c. La información se guarda en dispositivos de almacenamiento y se mantienen en la sede como respaldo de las actividades realizadas por la organización.
- d. El no respetar la política de comunicación será motivo de sanción.

Art. 6. PRÁCTICAS

- a. Todas las computadoras deben ser aseguradas cuando el área de trabajo está desocupada o desatendida.
- b. Cada socia es responsable de la información que emite.
- c. Los documentos se archivan según el tipo y en forma cronológica en folders.
- d. La documentación desechada puede ser utilizada de forma reciclada, sin embargo si es de mucha importancia y posee firmas originales será destruida para evitar inconvenientes.
- e. Las oficinas como sus implementos serán ubicadas fuera del área de atención al cliente.

Art. 7. PROCESO DE NOTIFICACIÓN: En el caso de que exista una información errónea emitida por alguna de las socias o se halla saltado algún proceso se debe notificar a la directiva y será aclarado en Asamblea General según el caso.

Art. 8. MEDIDAS DISCIPLINARIAS: La asociación decidirá las medidas disciplinarias para quienes no acaten las políticas establecidas y pueden ser desde una prohibición en la participación de la asambleas generales hasta la destitución del gremio.

Art. 9. VIGENCIA: La vigencia de esta política se realizará una vez revisada por las socias en Asamblea General y puede ser reemplazada cuando el 50% más 1 desee hacerlo.

TABLA 37: Cronograma y presupuesto Proyecto de Mejora de la comunicación efectiva

Línea estratégica / programa												Responsable	Presupuest	Fuente de	Priorida	Plazo
Mejora de la comunicación efectiva		2014		2015		2016		2017		2018			o	financiamient	d	
Proyectos	Acciones	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
		S	S	S	S	S	S	S	S	S	S					
Crear políticas para el manejo de la información.	Crear políticas para el manejo de la información.	X		X		X		X		X		Directiva	1000	Si aplica	Alta	Medio
Total													\$1000			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.9.2.5. Línea Estratégica Promoción de los Productos Artesanales

La Línea Estratégica Promoción de los Productos Artesanales está direccionada a crear tácticas que permita mejorar la comercialización de los productos basado en las estrategias de producto, precio, promoción y distribución. A continuación se encuentra la tabla para una mejor ilustración y posteriormente las estrategias desarrolladas y recomendadas para su ejecución.

TABLA 38: Promoción de los productos artesanales

<p>LÍNEA ESTRATÉGICA/ PROGRAMA</p>	<p>Promoción de los productos artesanales</p>
<p>Descripción: representa la promoción de los productos artesanales innovadores del Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curia a través de canales de distribución y la implementación de estrategias, a fin de dar a conocer los productos que la asociación oferta.</p>	
<p>OBJETIVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar los productos artesanales de la comuna Curía creados por las emprendedoras a fin de dar a conocer la cultura de la gente.
<p>PROYECTO Estrategias de promoción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar estrategias de promoción; producto, precio, promoción y distribución.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

El cliente espera productos de calidad que sean innovadores, cubriendo así sus expectativas. A continuación se mencionan algunas de las características de las artesanías:

1. Alta calidad en la elaboración del producto.
2. Innovación en los productos artesanales.
3. Pueden ser pequeños hasta medianos.
4. Son suvenires, sombreros, servilleteros, centros de mesas, entre otros.
5. El color depende del tipo de artesanía y de la creatividad de la artesana.
6. El producto es altamente garantizado.
7. El uso racional contribuye a la conservación ambiental.

Las estrategias a utilizar son:

- Preventa: desde realizar publicidad para dar a conocer los productos hasta la atención al cliente al momento de mostrar un interés hacia las artesanías.
- Postventa: Mantener contactos con empresas o personas que hayan adquirido un producto, para conocer cuál es el nivel de satisfacción después de haberlo usado.

ESTRATEGIAS DE PRECIO

Las estrategias para la determinación de un precio justo y competitivo son las siguientes:

- Proveedores con costos bajos.
- Compra masiva de materia prima para la producción.
- Compra de maquinaria que permita la alta producción.

ESTRATEGIAS DE PLAZA

Los canales que se utilizarán para la promoción y distribución son:

- El uso de páginas web.
- Redes sociales.
- Correo electrónico.
- Ferias artesanales.
- Alianzas con otras asociaciones artesanales.
- Convenios con otros artesanos.
- Convenios con entidades públicas.

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

La estrategias de comercialización son:

- Descuentos a mayoristas.
- Descuentos en segunda compra semanal mayor a \$15.
- Descuentos por fechas de celebración como cumpleaños y aniversarios.
- Elaboración de trípticos.
- Descuentos a las empresas privadas o públicas que han realizado convenios.
- Promoción del logo y slogan.

TABLA 39: Cronograma y Presupuesto promoción de los productos artesanales

Línea estratégica / programa																
Promoción de los productos artesanales		2014		2015		2016		2017		2018		Responsable	Presupuesto	Fuente de financiamiento	Prioridad	Plazo
Proyectos	Acciones	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2					
		S	S	S	S	S	S	S	S	S	S					
Estrategias de promoción.	Utilizar estrategias de promoción; precio, producto, distribución y comunicación.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Ministerio de turismo	5000	SI aplica	Alta	Largo
Total												\$5000				

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

4.10. Presupuesto

Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Reorganización del grupo artesanal		200
Designación de responsabilidades	100	
Determinación de procesos	100	
Formación del recursos humano		2500
Productividad de las artesanías: calidad e innovación.	1250	
Comercialización de los productos artesanales: atención al cliente y estrategias de ventas.	1250	
Mejora de la infraestructura		10000
Crear un espacio para la atención de necesidades y la acumulación de documentos	5000	
Crear un espacio para la exhibición de los productos artesanales.	5000	
Mejora de la comunicación		1000
Crear políticas para el manejo de la información	1000	
Promoción de los productos artesanales		5000
Utilizar estrategias de promoción; precio, producto, distribución y comunicación.	5000	
Total		\$ 18700

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Figueroa Suárez, Diana 2013.

5. CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación es de mucha utilidad pues permitió conocer el estado actual en el que se encuentra la Asociación de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía, a través de un diagnóstico situacional que se presenta con el uso de la matriz FODA.

El resultado del diagnóstico que toma como referencia la información procesada obtenida de las encuestas y entrevistas aplicadas demuestra la comprobación de la hipótesis propuesta “El Diseño de un modelo de gestión administrativa mejorará la productividad y comercialización de las artesanías del grupo artesanal Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía”.

Se presenta un Modelo de Gestión Administrativa para la agrupación que cuenta con cinco programas que se relacionan en un marco lógico, cubriendo así las necesidades actuales que posee este grupo de mujeres, siendo estos: Reorganización del Grupo Artesanal, Formación del Recurso Humano, Mejora de Infraestructura, Mejora de la comunicación efectiva, Promoción de los productos artesanales, cada una de ellos con actividades propuestas que tienen como objetivo Mejorar los procesos administrativos de la organización de forma interna y externa y fortalecer algunos aspectos negativos de la cultura organizacional incentivando la práctica de valores como la responsabilidad frente a la participación en las actividades programadas por la directiva para el beneficio común, su proyección va más allá del grupo de mujeres que integran la organización, pues esta repercute de forma directa a cada una de las familias a las que pertenecen.

El modelo sirve como referencia para la elaboración de nuevos patrones organizacionales en asociaciones que deseen mejorar sus procesos de forma administrativa que contribuyan a mejorar su productividad y comercialización, así como los aspectos de comunicación de la organización.

6. RECOMENDACIONES

Ejecutar inmediatamente el Modelo de Gestión Administrativa para el Grupo de Mujeres Emprendedoras en la Comuna Curia, a fin de mejorar los procesos de comunicación existentes dentro de la organización y la comercialización y productividad de las artesanías que ellas elaboran.

Considerar el diagnóstico situacional de la organización al momento de la ejecución del modelo, utilizar esta información como base para el desarrollo de nuevos estudios relacionados a la misma temática.

Se recomienda la búsqueda del financiamiento para la puesta en marcha del Modelo de Gestión para el Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía para mejorar todos los procesos que lleva a efecto la organización en la producción y comercialización de productos artesanales.

Mejorar la productividad del Grupo de Mujeres Emprendedoras de la Comuna Curía con la aplicación de las actividades propuestas por los programas de: Reorganización del Grupo Artesanal, Formación del Recurso Humano, Mejora de Infraestructura, Mejora de la comunicación efectiva y Promoción de los productos artesanales.

Cada una de las actividades propuestas tiene como objetivo Mejorar los procesos administrativos de la organización de forma interna y externa. Ejecutar las actividades que se encuentran en la determinación de una nueva estructura organizacional, capacitaciones, adecuación de una oficina, adecuación de un espacio para la exhibición de los productos y establecimiento de políticas de comunicación.

Utilizar el modelo como referencia para la elaboración de nuevos modelos organizacionales en asociaciones que deseen mejorar sus procesos de forma administrativa que contribuyan a mejorar su productividad.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

ACEVEDO, E; GONZALEZ, R; GONZALEZ, C. (AGOSTO de 2003). PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA CON ENFOQUE HOLÍSTICO EN LOS MANDOS MEDIOS QUE GENERE COMPETITIVIDAD DE LAS MEDIANAS EMPRESAS PRODUCTORAS DE MUEBLES MECÁNICOS PARA OFICINAS UBICADAS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR. Recuperado el 10 de FEBRERO de 2014, de www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/684.105-A174p/684.105-A174p-CAPITULO%20IV.pdf

Andrés, F. R. (2010). Dirección y Planificación Estratégica en las Empresas y Organizaciones. Madrid España: Díaz de Santos,S.A.

Aogusto, B. T. (2008). Metodología de la investigación para la Administración. México: PEARSON EDUCACION.Ec.

ASAMBLEA, C. (2008). CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. MONTECRISTI.

Belaire, B. f. (2011). Programación Matemática para la Economía y la Empresa. Valencia España: Priesco.

CHIAVENATO, I. (2009). COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL LO DINÁMICO Y EXITOSO EN LAS ORGANIZACIONES SEGUNDA EDICIÓN. MÉXICO: MCGRAW - HILL.

CONGRESO, N. (2003). REGLAMENTO A LA LEY DE TURISMO. QUITO.

CORREA, S. (2011). UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA. Recuperado el 08 de 05 de 2014, de ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/954/Gestion%20OSO.pdf?sequence=1

DAFT, R. (2012). TEORÍA Y DISEÑO ORGANIZACIONAL DÉCIMA EDICIÓN. MÉXICO: CONSEGRAFT.

Diario, E. o. (15 de Septiembre de 2013). Plan de Reordenamiento Territorial. El Observador, pág. 2.

ESPINOZA DIANA; YEPEZ LILIANA. (24 de ABRIL de 2012). ¿CUÁL ES LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LAS

EMPRESAS? COLOMBIA: COMPLEJO TECNOLÓGICO PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL - SENA.

Europraxis, E. C. (2007). DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE TURISMO SOSTENIBLE PARA ECUADOR . Ecuador. Mintur .

Fernández, A. (2010). DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICAS EN LAS EMPRESAS Y ORGANIZACIONES. MADRID: DÍAZ DE SANTOS.

FERNÁNDEZ, V. (2002). ASISTENCIA TÉCNICA EN PLANIFICACIÓN TURÍSTICA. Recuperado el 24 de NOVIEMBRE de 2013, de Portal de Colombia:

http://preapp01.comunidadandina.org/obatur/obatur_contenido/html/files/ESTADISTICA/COLOMBIA%20002.pdf

FONART. (2010). FONART. Recuperado el 23 de 12 de 2013, de FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS.: http://www.fonart.gob.mx/web/pdf/DG/Diagnostico_FONART.pdf

Francisco, C. A. (2008). Turismo Rural y Desarrollo Local. Cuenca Sevilla España: UNIVERSIDAD DE SEVILLA SECRETARIADO DE PUBLICACIONES.

GALÁN M. (NOVIEMBRE de 2006). LA CALIDAD EN LAS ENSEÑANZAS Y SERVICIOS UNIVERSITARIOS. HUELVA, ANDALUCÍA, ESPAÑA: UNIVERSIDAD DE CÁDIZ.

GROSS M. (08 de 05 de 2010). manuelgross.bligoo.com/. Recuperado el 31 de 12 de 2013, de manuelgross.bligoo.com/content/view/780384/Cuatro-Modelos-de-Comportamiento-Organizacional.html

Guayaquil, F. S. (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial Santa Elena. Santa Elena : Subsecretaría de Tierras y Reformas Agrarias.

GUERRERO, J. (2008). DIMENSIÓN EMPRESARIAL. Obtenido de dimensionempresarial.com/estilos-administrativos/

Heras, p. M. (2010). Manual de Turismo Sostenible. Barcelona España: Aedos,S.A.

Hernández, D. B. (2009). DISEÑO ORGANIZACIONAL BAJO UN ENFOQUE SISTEMÁTICO PARA UNIDADES EMPRESARIALES

AGROINDUSTRIALES. MEDELLÍN: UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, SEDE MEDELLÍN 2009.

INEC. (NOVIEMBRE de 2010). Censo Poblacional del Ecuador. SANTA ELENA, SANTA ELENA, ECUADOR.

Juan, N. (2009). Gestión y Promoción del Desarrollo local. Valencia: Estudio y documentos.

JURAN G. (1993). Recuperado el 5 de 10 de 2012

LIRIANO, F. (2013). DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA EMPRESA COMERCIAL DISTRIBUIDORA PLÁSTICOS UNIVERSAL DEL CANTÓN SANTA ELENA. LA LIBERTAD: UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA.

MARIN, Y. (05 de 03 de 2012). SLIDESHARE. Recuperado el 08 de 05 de 2014, de www.slideshare.net/yovana93/artesania-11863869

MÉXICO, G. D. (2011). GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. Recuperado el 6 de DICIEMBRE de 2013, de portal2.edomex.gob.mx/edomex/temas/turismo/artesantias/index.htm

MINTUR. (12 de 06 de 2007). PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Recuperado el 23 de 12 de 2013, de www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf

MOLINA, Y. L. (2004). PLAN DE DINAMIZACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA ENTRADA. COMUNA LA ENTRADA: TESIS.

MUNIZ, L. (2010). PRÁCTICA PARA MEJORAR UN PLAN DE NEGOCIOS. BARCELONA: S.L.BARCELONA 2010.

MUÑOZ, M. (2012). DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO. Recuperado el 2 de 10 de 2013, de dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/2/Capitulo%201.pdf

ORDAZ, L. P. (2006). PLAN DE DINAMIZACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL SENDERO DE LA ENTRADA. COMUNA LA ENTRADA: Santa Elena.

Ortiz, S. s. (2009). Planificación Estratégica. Argentina: PeliKano.

PAREDES W. (2009). COMO DESARROLLAR UNA TESIS. BIGcopy.

PAREDES, G. W. (2009). COMO DESARROLLAR UNA TESIS. GUARANDA. S Y S CIA LTDA.

Ponce Talancón, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, 4,5,6.

PROECUADOR. (2013). INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES. Recuperado el 06 de DICIEMBRE de 2013, de www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/artesantias/

PROESA, A. (2 de MARZO de 2011). SLIDESHARE. Recuperado el 6 de DICIEMBRE de 2013, de www.slideshare.net/fundacion_proesa/las-artesanas-a-nivel-mundial

PUERTA H. (07 de 04 de 2011). Metodología de la Investigación. Recuperado el 11 de 10 de 2013, de Slideshare: www.slideshare.net/cayarmen/metodologia-de-la-investigacin-11491531

QUIRÓZ, M. (2012). Los Modelos Administrativos en el contexto de la sociedad. MÉXICO: MÉXICO.

RÍOS M, TELLEZ M, GUERRA J. (27 de 01 de 2010). SCIELO. Recuperado el 31 de 12 de 2013, de SCIELO: www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422010000200006&script=sci_arttext

SENPLADES. (2013). BUEN VIVIR PLAN NACIONAL . Recuperado el 12 de DICIEMBRE de 2013, de www.buenvivir.gob.ec/presentacion

Services, T. &. (agosto de 2009). www.metropolitantouring.com . Recuperado el 16 de 09 de 2009, de www.metropolitantouring.com : www.slideshare.net/quitoturismo/ecuador-ministry-of-tourism-marketing.

SONORA, I. T. (2012). RECURSOS Y ASPECTOS PARA INICIAR UNA EMPRESA. Recuperado el 10 de NOVIEMBRE de 2013, de http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa12/recursos_iniciar_empresa/index.htm

Toledito. (15 de septiembre de 2013). Plan de Reordenamiento Territorial. El Observador, pág. 2.

TOMILLO, F. (2000). Museo y Entorno. Patrimonio cultural y turismo.

Turismo, M. d. (año 2009). Plandetur 2020. Santa Elena : Ministerio de Turismo.

VANEGAS, J. M. (10 de ABRIL de 2013). www.slideshare.net. Recuperado el 07 de NOVIEMBRE de 2013, de <http://www.slideshare.net/Imanotas/concepto-origen-y-precursos-de-la-gestin-administrativa>

VILADAS, X. (2006). Fundación Prodintec. Recuperado el 08 de 05 de 2014, de www.prodintec.es/catalogo/ficheros/aplicaciones/fichero_16_4747.pdf

ZAMBRANO, A. B. (2007). PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: PRESUPUESTO Y CONTROL DE LA GESTIÓN PÚBLICA. CARACAS: UCAC.

ZANCHEZ, J. (2009). IMAGEN CORPORATIVA: INFLUENCIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL. MADRID ESPAÑA: ESIC.

8. ANEXOS

8. 1. FORMATO DE ENCUESTAS.

ANEXO 1: Formato de Encuestas



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

ENCUESTA APLICADA A LAS SOCIAS.

Tema: Modelo de gestión para el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” en la comunidad Curía, parroquia Manglaralto, cantón y provincia Santa Elena

Objetivo: Establecer su participación, aporte y aceptación en la creación del modelo de gestión para el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras”

Encuestador: _____

1. Género:

Masculino

Femenino

2. Edad:

15 – 19

20 – 30

31 – 40

41 – 50

más de 51

3. ¿Situación laboral actual?

Estudiante

empleado

Jubilado

negocio pro

4. ¿Nivel de estudio?

Primaria

Secundaria

universitaria

postgrado

5. Promedio de ingresos económicos mensual?

Menos de 200

Más de 200

Más de 500

6. ¿Dentro de las actividades que el grupo de mujeres realizan cuál cree usted que son las más importantes para garantizar su trabajo?

- Materiales de excelente calidad concentrarse en los detalles
El tiempo adecuado a cada producto poseer una marca
Entrega en el tiempo estimado

7. ¿Está usted de acuerdo con la iniciativa de crear un modelo de gestión administrativo para el grupo artesanal?

Si No

8. ¿En que aportaría el diseño de un modelo de gestión al desarrollo turístico de la comunidad de Curía?

- Plazas de trabajo Mejor economía
Afluencia turística Educación
Calidad de vida Otros.....

9. ¿Considera usted necesario que el grupo artesanal posea una marca y un logo que las identifique?

Si No

10. ¿Estaría de acuerdo en apoyar y ser partícipes en las actividades que se emprendan dentro del grupo para el beneficio de la comunidad?.

Si No

Gracias por su Colaboración



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

Tema: Modelo de gestión para el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” en la comunidad Curía, parroquia Manglaralto, cantón y provincia Santa Elena

Objetivo: Establecer su participación, aporte y aceptación en la creación del modelo de gestión para el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras”

Encuestador: _____

1. Género:

Masculino

Femenino

2. Edad:

15 – 19

20 – 30

31 – 40

41 – 50

más de 51

3. Lugar de residencia

4. Estado civil

Soltero

casado

divorciado

unión libre

Otro (especifique): _____

5. Nivel de estudio

Primaria

Secundaria

Universitaria

Postgrado

6. Situación laboral actual

Estudiante

empleado

Jubilado

negocio propio

7. Promedio de ingresos económicos mensual

Menos de 200

Más de 200

Más de 500

8. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a este lugar?

Transporte propio Transporte público Transporte rentado

9. ¿Qué tipo de turismo realiza cuando visita la provincia de Santa Elena?

Turismo comunitario Turismo de aventura
Turismo científico Descanso /relajación
Ecoturismo/turismo de naturaleza Turismo de salud

10. ¿Conoce usted del grupo artesanal en la Comuna Curia?

Sí No

11. ¿Qué clase de artesanía le gustaría comprar en su visita a la comuna Curía?

Sombreros Centros de mesa de caña
Llaveros Bolsos/Carteras
Otros.

12. ¿Le gustaría ser partícipe en la elaboración de los productos artesanales que las Mujeres Emprendedoras de Curía realizan?

Sí No

13. Considera usted que aplicar un modelo de gestión administrativa para el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” de la Comuna Curía sería:

Excelente Bueno Malo Pésimo

14. ¿En que aportaría el diseño de un modelo de gestión en el desarrollo turístico de la comunidad de Curia?

Plazas de trabajo Mejor economía
Afluencia turística Educación
Calidad de vida otros.....

Gracias por su Colaboración

8.2. FORMATO DE ENTREVISTAS

ANEXO 2: Formato de entrevistas



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

ENTREVISTA

Tema: Modelo de gestión para el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” en la comunidad Curía, parroquia Manglaralto, cantón y provincia Santa Elena

Objetivo: Obtener información veraz y oportuna de las socias que conforman el grupo artesanal “Mujeres Emprendedoras” para determinar su grado de aceptación y participación frente a la aplicación del modelo de gestión administrativa.

Estimado Sr.(ta) (a) por favor sírvase a contestar las siguientes preguntas, considere que su aportación es de absoluta relevancia en el desarrollo de la presente investigación:

Datos Generales del entrevistado

Sexo: Masculino Femenino

Profesión:

Edad: 18-25 26-35 36-45 46-55 más de 56

Educación:
Primaria Secundaria Superior Técnico Otros

Años de experiencia:

Por favor contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Qué actividades se realiza en el grupo artesanal?
2. ¿Cuál es el proceso para plantear objetivos y determinar el trabajo en equipo?

- 3. ¿Bajo qué fundamento o elementos se toma decisiones para el área administrativa?**

- 4. ¿Tiene Ud. conocimiento de qué es un modelo de gestión administrativa?**

- 5. ¿Se ha realizado diseño en el área administrativa?**

- 6. ¿El grupo artesanal cuenta con las herramientas necesarias para este diseño?**

- 7. ¿Cuenta el grupo artesanal con una guía para poder ofrecer sus productos?**

- 8. ¿Cree que es necesario elaborar el diseño de un modelo de gestión para el grupo artesanal en la comunidad de Curía?**

- 9. ¿Estaría Ud. Dispuesto a participar en el desarrollo y ejecución del modelo de gestión administrativa en el grupo artesanal?**

- 10. ¿En que aportaría el diseño de un modelo de gestión en el desarrollo turístico de la Comuna?**

Lugar y fecha:

Nombre del entrevistador:

8.3. ANEXO DE FOTOGRAFÍAS

ANEXO 3: Anexo de fotografías FOTOGRAFÍA N° 1: LA COMUNA CURÍA.



Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.

FOTOGRAFÍA N° 2: LA PLAYA DE LA COMUNA CURÍA.



Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.

FOTOGRAFÍA N° 3: ENTREVISTAS REALIZADA A LA PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN.



Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.

FOTOGRAFÍA N°4: ENTREVISTAS REALIZADA A SOCIA.



Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.



FOTOGRAFÍA N° 5: ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS.

Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.

FOTOGRAFÍA N° 6: ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS.



Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.

FOTOGRAFÍA N° 7: SOCIA ELABORANDO ARTESANÍA DE PAJA TOQUILLA.



Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.

FOTOGRAFÍA N° 8: ELABORANDO ARTESANÍAS DE CAÑA BAMBÚ QUE SON DE USO DECORATIVO.



Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.

FOTOGRAFÍA N° 9: DIFERENTES ARTESANÍAS ELABORADAS CON CAÑA BAMBÚ.



Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.

FOTOGRAFÍA N° 9: DIFERENTES ARTESANÍAS



Tomado por: Figueroa Suárez, Diana.