



UNIVERSIDAD ESTATAL

PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD
PRODUCTIVA DE LAS MODISTAS DE LA COMUNA
PALMAR, PROVINCIA DE SANTA
ELENA AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: JULIE STEFANIE CUCALÓN GONZABAY

TUTOR: ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES MSc

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD
PRODUCTIVA DE LAS MODISTAS DE LA COMUNA
PALMAR, PROVINCIA DE SANTA
ELENA AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: JULIE STEFANIE CUCALÓN GONZABAY

TUTOR: ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES MSc

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, 16 Octubre Del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación, **“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE LAS MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015”** elaborado por la Sra. Julie Stefanie Cucalón Gonzabay, egresada de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual apruebo en todas sus partes.

Atentamente

ECON. WILLIAM CAICHE ROSALES MSc

TUTOR

La Libertad, ENERO 2015.

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación **“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE LAS MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015”** elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente

JULIE STEFANIE CUCALON GONZABAY

09222447933

DEDICATORIA

A DIOS, porque me dio la oportunidad de vivir y de enfrentar dificultades que se presentaron durante mi trayectoria educativa, a mis queridos padres “Robert y Gloria” quienes han sido el pilar fundamental para seguir con mi carrera por brindarme su apoyo incondicional su buen ejemplo y sus sanos consejos., a mis hermanos, demás familiares, quienes son el complemento de mi vida y los cuales me dieron ese optimismo diario, para que no dejara la meta que me había propuesto, y a ti Amor: Por tu apoyo, y comprensión que me permite sentir que puedo lograr lo que me proponga. Gracias por ser parte de mi vida.
“Rodrigo Mero”

Julie Cucalón Gonzabay

AGRADECIMIENTO

A **DIOS** porque él es quien me regala día a día vida, me guía, me protege y me da fuerzas para seguir adelante y cumplir con cualquier actividad trazada, a las **Autoridades de la Universidad Estatal Península de Santa Elena**, por contribuir al progreso y desarrollo de nuestra provincia, por ser los forjadores del proceso educativo en la formación de los nuevos profesionales, a los **Docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena**, por las enseñanzas recibidas durante el proceso de formación educativa profesional y de manera particular a mi Tutor el Econ. **WILLIAM CAICHE** por su asesoramiento y su predisposición permanente en el desarrollo de la tesis.

Julie Cucalón Gonzabay

ACTA DEL TRIBUNAL DE GRADO

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

Econ. Félix Tigrero González MSc
DIRECTOR DE LA ESCUELA
INGENIERIA COMERCIAL

Econ. William Caiche Rosales MSc
DOCENTE – TUTOR

Econ. Hugo Álvarez Plua MSc
DOCENTE DEL ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala.
SECRETARIO GENERAL

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

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD
PRODUCTIVA DE LAS MODISTAS DE LA COMUNA PALMAR,
PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015”**

Autora: Julie Cucalón
Tutor: Econ. William Caiche, Msc.

RESUMEN

En el trabajo plasmado dentro de los objetivos tenemos que proponer un plan de asociatividad para las modistas de la comuna Palmar, aplicando la Estrategia productivas para el mejoramiento del nivel competitivo, canales de comercialización y mercadeo. Antes del Marco Teórico encontraremos algo referente a la comuna Palmar, la situación actual y la futura, después detallamos la fundamentación teórica como los conceptos básicos, ventajas, desventajas entre otros acerca de la Asociatividad y lo referente a las modistas de la comuna, la fundamentación legal, la hipótesis y las variables dependientes y variables independientes. En el segundo capítulo esta la Metodología, que tipos de investigación se efectuó en el tercer capítulo están los resultados que se obtuvieron de las encuestas y las entrevistas efectuadas de manera individual a las modistas, para lo cual se preparó un cuestionario de preguntas que vayan acorde a la información que deseaba saber, obteniendo de esta manera resultados favorables para la aplicación de la propuesta. En el capítulo cuatro esta todo sobre la Propuesta se encuentran las diferentes estrategias que se utilizarán para la aplicación de la Asociatividad, donde encontraremos la estructura interna, la manera como se las asociara, también se les dará charlas sobre conceptos básicos de tal forma que tengan conocimientos sobre lo que se desea poner en marcha, y perciban los beneficios que se obtendrán de forma colectiva, que se desarrollen estrategias de competitividad, que nazcan de las socias en cada reunión programada y gestión para buscar nuevos mercados, y vender las prendas confeccionadas al precio real, reduciendo la explotación de la mano de obra por parte de los intermediarios. Después de haber realizado esta investigación puedo concluir en que a pesar de que las personas no estamos acostumbrados a trabajar en conjunto sino de forma individual, por la cultura de ver a su compañero como su competencia, también somos capaces de contribuir de manera colectivas para resolver nuestros problemas y alcanzar nuestros objetivos anhelados.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	IIII
DEDICATORIA	IIV
AGRADECIMIENTO	V
ACTA DEL TRIBUNAL DE GRADO	VI
RESUMEN.....	VII
ÍNDICE GENERAL.....	VIIVIII
ÍNDICE DE CUADROS	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
ÍNDICES DE GRÁFICOS	XVIII
ÍNDICES DE IMÁGENES	XIX
ANEXOS	XX
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	3
Problema de Investigación	3
Planteamiento del Problema.....	3
Formulación Del Problema	6
Sistematización Del Problema	6
Objetivos de la investigación	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos.....	7
Justificación.....	7
Hipótesis y operacionalización de las variables.....	8
Variables Dependientes.....	9
Variables Independientes	9

CAPÍTULO I	12
MARCO TEÓRICO	12
1.1. ESTADO DEL ARTE.....	12
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	14
1.2.1. Producción.	14
1.2.1.1. Formas de incrementar la productividad.	14
1.2.1.2. Procedimiento multifactor para medir la producción.	15
1.2.1.3. La administración de la producción y de las operaciones	16
1.2.1.4. La producción como una función organizacional.	16
1.2.1.5. Toma de decisiones en la administración de la producción y de las operaciones.....	17
1.2.2. Tipos de diseño de procesos.....	17
1.2.2.1. Capacidad de producción.	18
1.2.2.2. Producto.....	19
1.2.3. Asociatividad.....	19
1.2.3.1. Características de la asociatividad.....	20
1.2.3.2. Objetivos de la asociatividad.....	20
1.2.4. Ventas.....	21
1.2.4.1. Tipos de ventas.	22
1.2.4.2. Importancia de la planificación estratégica.	23
1.2.4.3. Para qué sirve el plan estratégico.	24
1.2.4.4. Elementos básicos del plan estratégico.....	26
1.2.5. Análisis F.O.D.A.....	28
1.2.5.1. Matriz F.O.D.A	29
1.2.5.2. Decisiones Políticas.....	30
1.2.5.3. Análisis competitivo.....	31
1.2.5.4. Matriz Boston Consulting Group - B.C.G.....	32
1.2.5.5. Composición de las fuerzas competitivas.....	33
1.2.6. Cadena de valor.....	34
1.2.6.1. Cadena básica de valor.	35

1.2.7. Formulación Estratégica.....	37
1.2.7.1. Estrategias.	37
1.2.7.2. Implementación estratégica.	38
1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	40
1.3.1. Constitución de la República del Ecuador 2008.	40
1.3.2. Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017.	43
1.3.3. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.	44
1.3.4. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector.	45
1.3.5. Ley de organización y régimen de comunas.	47
1.4. MARCO SITUACIONAL DE LA COMUNA PALMAR.	48
1.4.1. Diagnóstico de la comuna Palmar.....	49
CAPÍTULO II	52
METODOLOGÍA.	52
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	53
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	53
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.	54
2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.	57
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	59
2.5.1. Observación directa.	60
2.5.2. Entrevista.	61
2.5.3. Encuesta.....	61
2.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	62
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.	64
2.7.1. Población.	64
2.7.2. Muestra.	65
2.8. Procedimientos y procesamiento de los datos.....	67
CAPÍTULO III	69
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.	69

3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN.	69
3.1.1. Análisis.....	78
3.1.2. Conclusión.....	79
3.2. Análisis de los resultados de la encuestas.	81
3.3. CONCLUSIONES	98
3.4. RECOMENDACIONES	99
CAPÍTULO IV	100
PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE LAS MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015	100
4.1. PRESENTACIÓN.....	100
4.1.1. Modelo de asociatividad para la agrupación de modistas artesanales de la comuna Palmar.....	101
4.1.2. Descripción del modelo propuesto de asociatividad empresarial.	102
4.2. NATURALEZA.....	104
4.2.1. Justificación de la propuesta.....	104
4.2.2. Objetivos de la propuesta.	105
4.2.2.1. Objetivos General.	105
4.2.2.2. Objetivos Específicos.	105
4.2.3. Operatividad de la propuesta.....	106
4.2.3.1. Operatividad.	106
4.3. ADMINISTRACIÓN.	107
4.3.1. Planificación.....	107
4.3.2. Recursos.	107
4.3.3. Metodología.....	108
4.4. FILOSOFÍA EMPRESARIAL.....	109
4.4.1.1. Misión.	109
4.4.1.2. Visión.....	109
4.4.1.3. Valores corporativos.	109
4.5. FORMALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN.....	110

4.5.1. Estructura Organizacional.....	111
Asociación de modistas artesanales de la Comuna.....	112
4.5.2. Descripción de Funciones:.....	113
4.5.2.1. Funciones de la asamblea general y directorio.....	113
4.5.2.2. Función de la secretaria.....	113
4.5.2.3. Función de gerencia general.....	114
4.5.2.4. Función del área financiera.....	114
4.5.2.5. Función de producción:.....	115
4.5.2.6. Función de comercialización:.....	115
4.6. PROCESO DE CONSTITUCIÓN.....	115
4.7. FUNDAMENTOS ESTRATÉGICOS.....	117
4.7.1. Matriz Boston Consulting Group (B.C.G.) para la Asociación de modistas artesanales de la Comuna Palmar.....	117
4.7.2. Fuerzas de Michael Porter para la asociación de modistas artesanales de la comuna palmar.....	118
4.7.3. Cadena de valor en la asociación.....	119
4.8. PLAN DE ACCIÓN.....	123
4.9. ESTRATEGIAS.....	124
4.9.1. Estrategias Competitivas.....	124
4.9.2. Estrategia de producto – mercado.....	124
4.9.3. Estrategia de liderazgo en costos (o de bajos precios).....	125
4.9.4. Estrategia de diferenciación (o agregación de valor).....	125
4.9.5. Estrategia de enfoque (o nichos).....	125
4.10. PROCESO PRODUCTIVO Y DE COMERCIALIZACIÓN.....	126
4.11. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	127
4.11.1. Canales de distribución propuestos.....	128
4.12. NIVELES QUE PRESENTA LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA.....	132
4.13. ACUERDOS DE COOPERACIÓN PARA LA CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO.....	133

4.14. ACUERDOS DE LA ASOCIACIÓN.....	137
4.14.1. Acuerdo con los clientes.....	137
4.14.2. Acuerdo con proveedores.....	137
4.14.3. Acuerdo con los asociados.....	138
4.14.4. Acuerdo con entidades de apoyo.....	138
4.15. PRESUPUESTO.....	138
4.15.1. Determinación de la demanda.....	139
4.16. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DE LA ASOCIACIÓN DE MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR.....	142
4.16.1. Estudio Financiero.....	142
4.16.2. Costos Indirectos de Fabricación.....	145
4.17. IMPACTO DE LA PROPUESTA: COSTOS – BENEFICIOS.....	148
4.17.1. Ingresos por ventas.....	148
4.17.2. Programa de Producción.....	152
4.18. CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO MÁXIMO DE DÉFICIT ACUMULADO.....	156
4.19. ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	157
COCLUSIONES.....	159
RECOMENDACIONES.....	160
BIBLIOGRAFÍA.....	161
ANEXOS.....	166

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1: Variable Independiente.....	10
CUADRO N° 2: Variable Dependiente.....	11
CUADRO N° 3: Análisis F.O.D.A.....	29
CUADRO N° 4: Cadena de Valor.....	36
CUADRO N° 5 Población comuna Palmar.....	65
CUADRO N° 6 Muestra comuna Palmar.....	67
CUADRO N° 7: Matriz (B.C.G.).....	117
CUADRO N° 8 Plan de Acción.....	123
CUADRO N° 9 Listado de las modistas artesanales.....	130
CUADRO N° 10 indicadores de gestión.....	131
CUADRO N° 11 Programa de capacitación 1.....	134
CUADRO N° 12 Programa de capacitación 2.....	135
CUADRO N° 13 Determinación de la demanda.....	139
CUADRO N° 14: presupuesto de capacitación.....	140
CUADRO N° 15: Cronograma de la propuesta.....	141
CUADRO N° 16: Maquinaria, Equipos y Vehículo.....	142
CUADRO N° 17: Materiales y Suministros.....	143
CUADRO N° 18: balance de obras físicas.....	144
CUADRO N° 19: Balance de personal.....	144
CUADRO N° 20: costos indirectos de fabricación.....	145
CUADRO N° 21: viabilidad del proyecto.....	146
CUADRO N° 22: Precios.....	148
CUADRO N° 23: Ingresos por ventas de camisas.....	149
CUADRO N° 24: Ingresos por ventas de pantalones.....	149
CUADRO N° 25: Ingresos por ventas de blusas.....	150
CUADRO N° 26: Ingresos totales por ventas.....	151

CUADRO N° 27: Producción anual de camisas.....	152
CUADRO N° 28: Producción anual de pantalones.....	153
CUADRO N° 29: Producción anual de Blusas.....	153
CUADRO N° 30: Egresos por materia prima.....	154
CUADRO N° 31: Gastos.....	155
CUADRO N° 32: Capital de trabajo máximo acumulado.....	156
CUADRO N° 33: Inversiones.....	157
CUADRO N°34: Tasa de Interés.....	157
CUADRO N° 35: Tabla de Amortización.....	158

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Adquirir conocimientos.....	70
TABLA N° 2 Tiempo en actividad.....	71
TABLA N° 3 Tipos de maquinarias.....	71
TABLA N° 4 Lugar de actividad.....	72
TABLA N° 5 Innovación de prendas.....	72
TABLA N° 6 Cambios a través del tiempo.....	73
TABLA N° 7 Futuro en su trabajo.....	73
TABLA N° 8 Se considera emprendedora.....	74
TABLA N° 9 Es importante la conformación de la asociación.....	74
TABLA N° 10 Le gustaría trabajar con las modistas.....	75
TABLA N° 11 Aspectos para trabajar en equipo.....	75
TABLA N° 12 Que destacaría su labor como modistas.....	76
TABLA N° 13 Que destacaría su labor como modistas.....	76
TABLA N° 14 Colaboraría con la asociación.....	77
TABLA N° 15 Genero.....	81
TABLA N° 16 Edad.....	82
TABLA N° 17 Compra de las prendas de vestir.....	83
TABLA N° 18: Ubicación de los talleres de confección.....	84
TABLA N° 19 Evaluación del lugar.....	85
TABLA N° 20 Apreciación de las prendas de vestir.....	86
TABLA N° 21 Atributo de los productos.....	87
TABLA N° 22 Accesibilidad En Los Precios.....	88
TABLA N° 23 Atención que recibe.....	89
TABLA N° 24 Frecuencia de compras de artículos.....	90
TABLA N° 25 Lugares con similares productos.....	91

TABLA N° 26 Compra de productos similares.....	92
TABLA N° 27 Lugares donde ha adquirido cosas similares.....	93
TABLA N° 28 Conocimiento de precio de las prendas de vestir.....	94
TABLA N° 29 Formación de asociación.....	95
TABLA N° 30 Formar asociación.....	96
TABLA N° 31 Prendas de vestir ofrecidos por la asociación.....	97

ÍNDICES DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Genero.....	81
GRÁFICO N° 2 Edad.....	82
GRÁFICO N° 3 Compra de las prendas de vestir.....	83
GRÁFICO N° 4 Ubicación de los talleres de confección.....	84
GRÁFICO N° 5 Evaluación del lugar.....	85
GRÁFICO N° 6 Apreciación de las prendas de vestir.....	86
GRÁFICO N° 7 Atributo de los productos.....	87
GRÁFICO N° 8 Accesibilidad en los precios.....	88
GRÁFICO N° 9 Atención que recibe.....	89
GRÁFICO N° 10 Frecuencia de compras de artículos.....	90
GRÁFICO N° 11 Lugares con similares productos.....	91
GRÁFICO N° 12 Compra de productos similares.....	92
GRÁFICO N° 13 Lugares donde ha adquirido cosas similares.....	93
GRÁFICO N° 14 Conocimiento de precio de las prendas de vestir.....	94
GRÁFICO N° 15 Formación de asociación.....	95
GRÁFICO N° 16 Formar asociación.....	96
GRÁFICO N° 17 Prendas de vestir ofrecidos por la asociación.....	97
GRÁFICO N° 18 Modelo de asociatividad.....	103
GRÁFICO N° 19 Diagrama de asociación.....	112
GRÁFICO N° 20 Cadena de Valor.....	120
GRÁFICO N° 21 Diagrama de Flujo de comercialización.....	126
GRÁFICO N° 22 Flujo de comercialización.....	127

ÍNDICES DE IMÁGENES

IMAGEN N° 1 Modelo del plan estratégico de Steiner.....	25
IMAGEN N° 2 Matriz B.C.G.....	33
IMAGEN N° 3 Las cinco fuerzas de Porter.....	34
IMAGEN N° 4 Palmar vista satelital.....	49
IMAGEN N° 5 Latitud longitud Palmar.....	50
IMAGEN N° 6 Proceso de gestión de la asociación.....	116
IMAGEN N° 7 Análisis del entorno competitivo.....	119
IMAGEN N° 8 Boutiques o locales comerciales.....	128
IMAGEN N° 9 Escuelas y colegios.....	129

ANEXOS

ANEXO N° 1 Carta Aval.....	167
ANEXO N° 2 Petitorio para la asociación.....	169
ANEXO N°3 Listado de las modistas artesanales.....	170
ANEXO N° 4 Solicitud de constitución.....	171
ANEXO N° 5 Formación de Estatutos de la SEPS.....	173
ANEXO N° 6 Ficha de observación.....	182
ANEXO N° 7: Guion de entrevistas.....	183
ANEXO N° 8 Guion de encuestas.....	187
ANEXO N° 9 Maquinarias que se utilizan en el oficio de la confección.....	189
ANEXO N° 10 Fotos de Talleres.....	190

INTRODUCCIÓN

El plan de asociatividad, que se presenta está orientado a la implementación de estrategias productivas para mejorar los beneficios económicos de las mujeres modistas de la comuna Palmar, dedicadas a la costura de blusas uniformes deportivos pantalones, faldas, camisas y camisetas, cuyo fin es servir de guía para organizar la asociación, que les permita lograr la productividad en un mercado tan cambiante en cantidad y tecnología, por ende poder contribuir al crecimiento y desarrollo de las mismas.

La comuna Palmar se caracteriza por que existen mujeres que se dedican al arte u oficio manufacturero que posee, gran capacidad, creatividad, habilidad y destrezas en la costura, actividad que se ha desarrollado a través de los tiempos, la misma que les permite obtener los ingresos necesarios para el sustento de sus familias. Las costureras buscan mejorar sus condiciones de trabajo y su calidad de vida, pero hasta el momento no se les ha brindado ayuda a todas, para que puedan funcionar como una Asociación, donde puedan desempeñar sus actividades.

Cada una de ellas lo realiza de manera individual en sus hogares, lugar donde realizan las prendas de vestir que les solicitan sus intermediarios ejemplos: colegios, instituciones públicas, escuelas, entre otras. Los mismos que cancelan valores muy bajos por la mano de obra, es decir, que la mano de obra de estas mujeres modistas es explotada. El presente trabajo está orientado al plan de una Asociatividad para mujeres modistas artesanales de la Comuna Palmar en la provincia de Santa Elena, como una alternativa para el desarrollo artesanal y social de las mismas.

El interés por esta temática empieza a raíz de la oportunidad de obtener mejores ingresos y bienestar para las familias. La Asociatividad es una alternativa de desarrollo, para aquellas mujeres que no pueden acceder a los productos financieros que la banca tradicional ofrece, ya sea por las garantías exigidas, condiciones

rígidas, adecuación de pagos y plazos, entre otros factores. Su contenido está constituido con los componentes que se describen a continuación:

En el primer capítulo se encuentra la fundamentación teórica, legal que indicara los antecedentes de la comuna Palmar la importancia de la asociatividad y ventajas y desventajas de la asociación

El segundo capítulo muestra un enfoque metodológico utilizado en la investigación, la manera en que se ha recopilado la información de la población objeto de estudio, y el marco muestral en el que se apoya la realidad de datos.

El tercer capítulo se da a conocer las opiniones que los participantes manifiestan mediante el análisis de los resultados, tanto en encuestas como entrevistas y la proyección en cifras exactas de factores primordiales en el tema

El cuarto capítulo concreta la propuesta de un plan de asociatividad en relación a los antecedentes dados, brindando una perspectiva clara de lo que se desea desarrollar ay a quienes hay que involucrar, muestra aspectos específicos de actividades a tomar en cuenta en el proceso del plan de asociatividad. El Plan está integrado por procesos que en su primera parte se detalla de forma sencilla, la estructura, actores y contenido del modelo, la segunda parte del modelo resulta de la integración de las mujeres y de los demás actores del modelo. La propuesta de Asociatividad es la que agrupará a la mayor cantidad de modistas posibles que deseen participar del Plan. Además se exponen las recomendaciones y conclusiones que pretende contribuir a mejorar la situación económica de este sector.

MARCO CONTEXTUAL

Problema de Investigación

Planteamiento del Problema

En la Comunidad de Palmar el desarrollo de la confección de prendas de vestir comienza a tener un papel significativo para las modistas artesanales esta población se caracteriza por el arte u oficio manufacturero debido a que posee una gran capacidad, creatividad, habilidad y destrezas en la artesanía, esta actividad la han desarrollado a través de los tiempos, la misma que les permite obtener los ingresos necesarios para el sustento de sus familias.

Hoy en día existen personas que buscan la manera de subsistir de cualquier forma. Los sastres y costureras ahora tienen una nueva oportunidad de empleo e incrementar sus ingresos.

Entre los inconvenientes de mayor trascendencias se hallan los incrementos de precios de la materia prima que por el hecho de ser importada y de buena calidad está a un precio no accesible para que ellas compren y elaboren las prendas de vestir, falta de comunicación de ellas hacia las autoridades competentes como son instituciones financieras que perciban la necesidad que ella tienen para ejercer su labor, falta de capacitación por parte de entidades públicas o privadas etc. Estos son los problemas más comunes que impiden el desarrollo de estos grupos de mujeres.

Síntomas

1. Estas personas no cuentan con un espacio físico adecuado para su actividad en la cual puedan confeccionar sus prendas de vestir y brindar el servicio integral a sus clientes.

2. Las maquinarias o equipos de taller que utilizan se encuentran en malas condiciones, además de que la tecnología avanza cada día más y ellas no.
3. tienen el conocimiento ni los estudios para manejarlas, esa falta de experiencia y de maquinarias industriales hacen que ellas confeccionen prendas solo cuando alguna institución lo requiera y luego esperar otra propuesta ya que el tiempo no les permite que distribuyan a gran cantidad.
4. La falta de capacitación para mejorar sus técnicas creativas en las actividades de producción y comercialización de sus prendas ya que no llevan un registro de su operación económica diaria ni de otras actividades comerciales, esto les dificulta minimizar costos ya que no toman en cuenta la implementación de los pasos que puede llevar la confección de una prenda de vestir.
5. La falta de apoyo económico por parte de instituciones financieras en las que muchas mujeres se inclinan de manera individual a solicitar préstamos y no se los conceden por qué no presentan un proyecto de negocio rentable que les permita su desarrollo económico y poder cubrir sus pagos ya que muchas veces los préstamos realizados son mal gastados.

Las circunstancias anteriores pueden llevar a estas personas a desaprovechar las oportunidades y habilidades con las que cuentan para la confección de prendas de vestir, lo que les impide desarrollar su sociedad productiva artesanal

Causas

1. Bajo nivel de apalancamiento financiero
2. Escaso conocimiento sobre el manejo de maquinarias industriales
3. Escaso nivel de formación de la mano de obra
4. Bajo nivel de gestión hacia la autoridades pertinentes para solicitar apoyo

Pronóstico

1. Hoy en día la globalización ha permitido muchos cambios en diferentes sectores económicos, el desarrollo de nuevas tecnologías hacen que la pequeñas y medianas empresas surjan con dedicación.
2. de la misma manera podemos decir que en nuestro país se han creado nuevas leyes reglamentos del plan del buen vivir en el que la sociedad crece y mejora obteniendo beneficios económicos rentables.
3. Estas circunstancias ocasionan que no puedan llegar a ser competitivos en el mercado regional o nacional desaprovechando las oportunidades que le brinda el mercado.
4. Lo que le impide a estas modistas que ejerzan su actividad productiva y que la posible clientela conozcan sus productos, además que les impide mejorar su calidad de vida ya que para muchas de estas artesanas este arte u oficio es el sustento y el diario vivir de ellas y de sus familias.

Control De Pronóstico

Una alternativa para ayudar a estas modistas artesanales es la asociatividad, esta oprime ciertas deficiencias como: la poca participación en el mercado, la falta de innovación, escasa producción, entre otros, siempre y cuando las personas involucradas participen voluntariamente realizando un esfuerzo conjunto con todos los integrantes.

El proyecto del plan de asociatividad como estrategia de producción para las modistas artesanales de la comuna Palmar, se constituye en una excelente oportunidad para generar beneficios económicos mediante la cooperación en conjunto de las socias quienes se encargaran de organizarse para optimizar los recursos necesarios siempre y cuando elaboren sus prendas de vestir de calidad.

Formulación Del Problema

¿Cómo inciden las estrategias asociativas de producción en la rentabilidad de las modistas artesanales de la comuna Palmar Provincia de Santa Elena año 2014?

Sistematización Del Problema

1. ¿Cómo inciden las estrategias asociativas de producción en la Asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena?
2. ¿De qué modo afecta la tecnología en la Asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena?
3. ¿Cómo afecta el trabajo asociativo en la asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena?
4. ¿Qué factores influyen en la reducción de beneficios económicos para la asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena?
5. ¿Cómo influye un plan asociativo en las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Analizar como inciden las estrategias asociativas de producción en la generación de beneficios económicos a través de un estudio de mercado para la implementación de un plan de asociatividad de las modistas artesanales de la comuna Palmar Provincia de Santa Elena

Objetivos Específicos

1. Determinar cómo inciden las estrategias de producción en la Asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena.
2. Analizar de qué forma afecta la tecnología en los procesos de producción en la Asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena
3. Evaluar cómo afecta las ventas a la rentabilidad de la Asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena
4. Identificar qué factores influyen en la reducción de beneficios económicos para Asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena.
5. verificar cómo influye un plan asociativo para Asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar, Provincia de Santa Elena.

JUSTIFICACIÓN

La propuesta de investigación se fundamenta mediante la aplicación de las teorías y conceptos básicos de diferentes autores, sobre el desarrollo socio-económico y productivo de las modistas de la comuna Palmar para encontrar situaciones beneficiosas y favorables. Para poder lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se acude al empleo de técnicas de investigación, como encuestas y entrevistas.

Estas técnicas facilitan la recolección de datos para así realizar un diagnóstico que permita conocer cuál es el verdadero problema que existe en ese sector de las costureras ya que estas desempeñan sus actividades de manera empírica y con mucha desventaja. Se utilizara el método de observación para obtener información clara y determinar aspectos visibles con el fenómeno que se está estudiando.

De igual forma se promueve la función de utilizar técnicas y métodos de investigación para recopilar la información pertinente al objeto en estudio tanto de fuentes primarias y secundarias como: la observación directa, la encuesta, la entrevista, fuentes bibliográficas de internet libros o folletos que nos ayuden a la elaboración del proyecto planteado.

Los resultados del trabajo de estudio tienen como finalidad analizar las alternativas con las que cuentan las modistas de la comuna Palmar, tomando en cuenta que elaborar la asociatividad ayudara a mejorar la producción y a reducir los costos de la elaboración de la prendas de vestir.

El tema de estudio permite encontrar soluciones al problema por el cual pasan las modistas artesanales de la comuna Palmar, tal es el caso del desarrollo socioeconómico productivo de estas artesanas de la provincia de Santa Elena.

En este proyecto se ven enmarcados problemas de financiamientos procesos productivos falta de conocimientos sobre los servicios y ampliación de recursos propios para la generación de beneficios mutuos.

Esto puede generar un bajo porcentaje de desempleadas, contribuyendo con el país y creando la satisfacción en el mercado local todo esto gracias a la elaboración de un Plan de asociatividad que genera estrategia de producción, buscando el desarrollo socioeconómico y productivo de la comuna Palmar a través de actividades la ejercer la elaboración de las prendas de vestir en esta localidad.

Hipótesis y Operacionalización de las Variables

Las estrategias asociativas de producción inciden en la optimización de beneficios económicos a través de un estudio de mercado para la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar provincia de Santa Elena año 2014.

Variables Dependientes

Generación de beneficios económicos

Variables Independientes

Estrategias asociativas de producción.

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

CUADRO N° 1: Variable Independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICION	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA INSTRUMENTO
Estrategias asociativas de producción	Es el resultado entre lo producido y los medios empleados buscando el apoyo de entidades para obtener beneficios alcanzando objetivos comunes mediante la distribución y promoción de las prendas de vestir	Herramientas estratégicas Fortalecimiento de actividad Agrupación	<ul style="list-style-type: none"> •% de efectividad de los mecanismos aplicados. •Frecuencias de aplicación de estrategias Alcance de acciones que ejecuta el gremio <ul style="list-style-type: none"> •# de participantes Informe de gestión	¿Qué tipo de estrategias de producción se desarrollan en la agrupación? ¿Cree usted que la asociatividad le permite crear objetivos comunes? ¿La agrupación dispone de políticas para trabajar en equipo? ¿Mejorara la producción?	Cuestionario estructurado. Entrevistas a costureras de otras asociaciones. Realizar preguntas para capacitaciones con anterioridad.

Fuente: Operacionalización de las variables
 Elaborado por: Julie Cucalón Gonzabay

CUADRO N° 2: Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA INSTRUMENTO
Generación de beneficios económicos	Es la rentabilidad que obtendrán en la elaboración de las prendas de vestir al distribuir su producto promoviendo el desarrollo de sus actividades para obtener resultados y beneficios	<p>Ventas</p> <p>producido</p> <p>Generar beneficios</p> <p>Calidad en las prendas de vestir</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad • Riesgo • Conocimiento • Consenso • Contrato • Confeccionar • Pantalones • Blusas • Camisetas • Ropa deportiva • Económico • Mejorar su productividad • Capacitaciones para mejorar su asociación • Telas que utilizan para la elaboración de las prendas de vestir • Modelos para toda clase social 	<p>¿Cree usted que con la implementación de la asociatividad ayudara a que las modistas obtengan desarrollo económico?</p> <p>¿Qué tipos de prendas de vestir y cuantas realizan en una semana?</p> <p>¿Han recibido algún tipo de capacitaciones por parte de alguna institución anteriormente?</p> <p>¿Dónde comprar actualmente las telas para la elaboración de las prendas de vestir?</p> <p>¿Qué clases de prendas de vestir usa con frecuencias?</p> <p>¿Cuál es el aporte de este tipo de negocio a la comunidad?</p>	<p>Cuestionario estructurado.</p> <p>Entrevistas a costureras de otras asociaciones.</p> <p>Entrevistas en una reunión con modistas artesanales de la comuna Palmar.</p> <p>Realizar preguntas para capacitaciones con anterioridad.</p> <p>Visitas a hogares de las modistas artesanales.</p>

Fuente: Operacionalización de las variables
 Elaborado por: Julie Cucalón Gonzabay

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ESTADO DEL ARTE.

Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador - A.I.T.E, (Ecuador A. d.), la actividad textil es una de las ocupaciones más antiguas de las sociedades organizadas y los inicios de la industria textil ecuatoriana, se remontan en la época del siglo XVII, cuando la oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

La producción textil en el Ecuador se inició con la aparición de las primeras industrias que en un principio se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón, material que impulso la producción hasta la década de los 50, momento en que se consolidó la utilización de esta fibra. Actualmente la industria textil y de confección elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda.

A pesar de que somos mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo convirtiéndose en unas de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46.240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo, con una participación del Producto Interno Bruto - P.I.B. del 0.63%.

Según el Banco Central del Ecuador –B.C.E (Ecuador, 2014), para los hogares ecuatorianos el gasto mensual de consumo en prendas de vestir es el 4,76% del total

de los ingresos destinados a gastos de consumo, casi el 50% de los hogares realiza este gasto trimestralmente.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique una variedad de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos principales en volumen de producción los mismos que son exportados a Estados Unidos, México y Colombia.

Así mismo, el Instituto de Promoción de Exportaciones e inversiones - PRO-ECUADOR, señala que la provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textil en la Sierra, aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textiles, seguido por Chimborazo que posee el 15.02% de la actividad textil artesanal, Azuay se concentra el 11.65% de estos talleres y es el lugar en donde se destacan los tejidos de ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas y chompas bordadas, polleras realizadas en telar de cintura con la técnica ikat.

Y por último la provincia de Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censo - I.N.E.C (Censo), en su programa Si Emprende se encuentran registrados en la Provincia de Santa Elena, 57 competidores que generan inversiones de 354.213,99 lo que da un promedio para inversión por negocio en prendas textiles de 6.214,28 dólares.

La producción se ha vuelto muy popular y con el transcurso del tiempo ha adquirido diversos conceptos, la productividad aparece por primera vez por el siglo XVIII, por Quesnay (1776), aunque el autor Littre (1883), la definió como “La facultad de producir” de ahí en el siglo XX; el autor Sumanth(1979), define como “Productividad total que se refiere a la producción tangible con insumos tangibles”, en la actualidad se define en un término más preciso que es el empleo y combinado de los recursos para cumplir con los objetivos deseados programado

La producción ha venido cogiendo fuerza, los cuales las personas en la actualidad buscan diferentes formas de trabajo y entre las cuales está la asociatividad que por ende lo hacían para generar fuentes de trabajo y obtener un lucro, por lo que esto lo hacían de manera informal ya que no habían leyes regulatorias para la puesta en marcha de los diferentes trabajos.

En el presente trabajo de investigación de las costureras se encontrarán definiciones importantes como: la producción, la asociatividad, la planificación estratégica que son de gran importancia tanto para las grandes, pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de sustentarse, crecer económicamente y enfrentarse a los diferentes cambios que se presentan.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

1.2.1. Producción.

(Norman Gaither, Greg Frazier, 2000) Señala: “es la cantidad de productos y servicios realizados con los recursos utilizados.

La productividad generalmente se mide con esta fórmula”: (Pág. # 584). La producción se genera por la utilización eficaz y eficiente de los recursos que una organización considere necesario para producir los bienes o servicios de calidad.

1.2.1.1. Formas de incrementar la productividad.

(Norman Gaither, Greg Frazier, 2000), detalla: “La productividad puede incrementarse de varias formas:

- ✚ Aumenta la producción utilizando los mismos o menos recursos.
- ✚ Reducir los recursos, manteniendo o incrementando al mismo tiempo la producción.

- ✚ Permitir que se incrementen los recursos utilizados, siempre y cuando la producción se incremente.
- ✚ Permitir que se reduzca la producción, siempre y cuando la cantidad de recursos utilizados sea menor”. (Pág. # 584).

Es importante que los recursos que se utilicen tengan una apropiada utilización, esto conlleva a mejorar la productividad dependiendo de la cantidad de productos o servicios que se genere en base a los recursos con que cuenta una entidad, también se debe considerar el tiempo necesario en la utilización y manejo de los recursos, esto ayuda a incrementar la productividad.

1.2.1.2. Procedimiento multifactor para medir la producción.

(Norman Gaither, Greg Frazier, 2000), expresa: “La productividad de un recurso es la cantidad de productos o servicios producidos en un periodo dividido entre el monto requerido de dicho recurso. La productividad de cada recurso puede y debe medirse. Por ejemplo, mediciones como estas podrían emplearse para determinar la productividad en un periodo determinado”: (Pág. # 585).

Capital: Volumen de productos producidos dividido entre el valor de los activos.

Materiales: Volumen de productos producidos dividido entre dinero desembolsado en materiales.

Mano de obra directa: Volumen de productos producidos entre horas de mano de obra directa.

Gastos generales: Volumen de productos producidos dividido entre dinero desembolsado en gastos generales”. (Pág. # 585).

$$\text{PRODUCTIVIDAD} = \frac{\text{Cantidad de productos o servicios realizados}}{\text{Cantidad de recursos utilizados}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD LABORAL} = \frac{\text{Total producido}}{\text{total de horas - Hombres involucrados}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD POR UNIDADES FÍSICAS DE TRABAJO} = \frac{\text{Total de horas - Hombres involucrados}}{\text{Total producido}}$$

$$\text{PRODUCTIVIDAD POR DEPARTAMENTO INMEDIATO} = \frac{\text{Total producido}}{\text{Horas del departamento inmediato}}$$

En relación a la productividad de los materiales esta se hace énfasis al volumen de producción que se genera en la utilización de los mismos dividido a la relación del costo de la maquinaria utilizada, la cantidad que se genere es menor y el costo de la maquinaria es muy alto.

1.2.1.3. La administración de la producción y de las operaciones

(Norman Gaither, Greg Frazier, 2000), dice: “Es la administración de sistema de producción de una organización, que convierte insumos en productos y servicios”. (Pág. # 16).

Un sistema de producción toma insumos, materias primas, personal, máquinas, edificios, tecnología, efectivo, información y otros recursos para convertir éstos en productos bienes o servicios.

1.2.1.4. La producción como una función organizacional.

(Norman Gaither, Greg Frazier, 2000), menciona: “El núcleo central de un sistema de producción es su subsistema de conversión, mediante el cual los trabajadores, materiales y máquinas se utilizan para convertir los insumos en productos y servicios.

El proceso de conversión está en el centro de la administración de la producción y de las operaciones y de alguna manera está presente en toda organización”. (Pág. #16). Un sistema de producción es un proceso que consta de diferentes etapas para su ejecución en que cada etapa requiere de procedimientos para realizar las diferentes tareas que se requiere para la producción de bienes o servicios que

presenta en toda institución, es por eso que se aplicara el proceso de producción en el grupo artesanal de las modistas de la comuna Palmar.

1.2.1.5. Toma de decisiones en la administración de la producción y de las operaciones

(Norman Gaither, Greg Frazier, 2000), menciona: “Es difícil clasificar las decisiones de la administración de la producción y de las operaciones, pero en mi experiencia como gerente de operaciones, las decisiones tienden a agruparse en tres categorías.” (Pág. # 17)

Decisiones estratégicas: Decisiones respecto a los productos, procesos e instalaciones. Son de importancia estratégica y para la organización tienen significado a largo plazo.

Decisiones de control: Decisiones sobre la planeación y el control de las operaciones. Se refiere a las actividades cotidianas de los trabajadores, la calidad de los productos y servicios, a los costos de producción y generales, y al mantenimiento de la maquinaria”. (Pág. # 17 y 19).

Para tomar decisiones estratégicas se debe considerar los diferentes departamentos con que cuenta la organización para ello sus directores o los responsables tomarán medidas necesarias para el proceso de producción, como por ejemplo: si se desarrolla un nuevo producto, la ubicación de nuevas fábricas, diseño de nuevos productos, etc.

1.2.2. Tipos de diseño de procesos.

(Norman Gaither, Greg Frazier, 2000), describe: “En las primeras etapas de la planeación de los procesos, debemos decidir el tipo básico de la organización de procesamiento de la producción que utilizaremos en la elaboración de cada producto principal.

Los tipos comunes de organizaciones de procesamiento de la producción son el enfoque al producto, el enfoque al proceso y la tecnología de grupo. :” (Pág. # 120).

Enfocado al producto: Para describir una forma de organización de procesamiento de la producción en la cual los departamentos de producción están organizados de acuerdo con el tipo de producto o servicio que se está elaborando.

Enfocado al proceso: para describir una forma de producción en la cual las operaciones se agrupan según los tipos de procesos.

Tecnología de grupo: Esta desarrolla un sistema de codificación para los componentes que se fabrican en una planta”. (Pág. # 120, 122 y 123).

Es importante diseñar y poner en práctica un proceso acorde a lo que se ha planificado para poder ejecutar una producción, todos los departamentos deberán estar comprometidos en la producción, si bien es cierto en las tomas de decisiones se deberá plantear que departamentos son importantes para la generación de productos o servicios.

1.2.2.1. Capacidad de producción.

(Norman Gaither, Greg Frazier, 2000), dice: “Es la tasa máxima de producción de una organización. Varios factores Subyacentes al concepto de capacidad hacen que su uso y comprensión resulte algo complejo. Primero, se combinan las variaciones diarias, como el ausentismo de los empleados, las fallas en el equipo, etc. Segundo, las tasas de producción para diferentes productos y servicios no son iguales”. (Pág. # 230).

Toda empresa en base a sus decisiones y planificación determina qué, cómo y cuánto producir dependiendo a demanda, entonces obtiene los recursos necesarios y establece una máxima producción con todos los recursos, de esta manera la empresa decide su producción en base a los requerimientos.

1.2.2.2. Producto.

(José Luis Belío, Ana Sainz Andres, 2007), Menciona: “El producto es el corazón del marketing, es mucho más que un objeto, los clientes compran satisfacciones, no productos; siguiendo esta idea podemos decir que el producto es un conjunto de atributos físicos, de servicios y simbólicos que producen satisfacción o beneficios al usuario o compradores”. (Pág. # 15).

El producto es el bien o servicio que crea una organización con el fin de generar ingresos, es el objetivo principal de las empresas en la que depositan mucho interés y dinero para lograr los inventos e innovaciones necesarias en este mundo completamente competitivo, el producto es cuidadosamente realizado con el fin de satisfacer la necesidades de las personas, en base a sus gustos y preferencias.

1.2.3. Asociatividad.

(Morosi, 2001), Dice: “es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y economía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. (Internet “Buscan promover la competitividad de las pequeñas empresas”).

Es una agrupación de personas que persiguen un objetivo en común, siguen una misma línea en este caso, la actividad de corte y la confección de prendas de vestir, que realizan actividades de forma colectiva para mejorar la productividad y competitividad.

(Gerez y Grivalja , 2005), determinan: “Un modelo descriptivo por constituir una figura de una realidad expresada por medio de la palabra humana y de manera natural, con el desarrollo secuencial y procedimiento lógico de un conjunto de fases para lograr la agregación de intereses asociativos. (Pág. #105). La asociatividad es

una estrategia o el medio que se genera para fortalecer la productividad de las modistas artesanales de la comuna Palmar, se unen con el propósito de colaborar y realizar trabajos en conjunto, así poder ejercer su oficio manufacturero de la misma manera para tener como resultado el cumplimiento de los objetivos y metas que de forma individual se les hace difícil realizar.

1.2.3.1. Características de la asociatividad.

Entre las principales características tenemos:

- ✚ Nadie es forzada a integrar un grupo; se unen con la convicción de que pueden generar oportunidades para crecer y mejorar.
- ✚ Puede adoptar distintas modalidades, tanto organizacionales como jurídicas: La asociatividad se puede establecer para múltiples propósitos desde el financiamiento hasta la investigación conjunta de determinado problema y, al mismo tiempo, abarcar las diferentes etapas de los procesos básicos, diseño, manufactura, comercialización, servicio post-venta, entre otros.
- ✚ Permite resolver problemas conjuntos manteniendo la autonomía gerencial de los participantes: es el alto grado de autonomía gerencial que mantienen los participantes después de adoptar la decisión. Por ejemplo la manera de emplear los recursos o beneficios obtenidos a partir de la asociatividad, es de la incumbencia exclusiva de cada uno de los integrantes.

1.2.3.2. Objetivos de la asociatividad.

Las personas se asocian para lograr objetivos comunes lo primordial e importante es buscar socios que tengan el mismo objetivo en común y que las habilidades se complementen entre sí, esto permite que la organización tenga una relación duradera.

Los propósitos por los cuales se recurre a estos modelos asociativos son:

Financieros: Acceso a financiamiento, cuando las garantías que se requieren no pueden ser cubiertas por cada actor en forma individual, pero en grupo, son cubiertos proporcionalmente por cada uno de los participantes.

- ✚ Compras conjuntas.
- ✚ Inversión conjunta.

Organizacionales.

- ✚ Mejora los procesos productivos.
- ✚ Aplicación de nuevas formas de administración.
- ✚ Implantación de planeamiento estratégico.
- ✚ Intercambio de información productiva o tecnológica.
- ✚ Capacitación conjunta.
- ✚ Aumento del poder de negociación.

Comercialización.

- ✚ Lanzamiento de nuevos productos de mercado.
- ✚ Apertura de nuevos mercados.
- ✚ Intercambio de información comercial.
- ✚ Investigación de mercados.
- ✚ Alianzas estratégicas para las ventas.

1.2.4. Ventas.

Según (Fisher & Espejo, 2004), consideran que la venta es “una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como "toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio". Pág. 26

Por otro lado (Romeo, 2005), define a la venta:

Como la cesión de una mercancía mediante un precio convenido. La ventas pueden ser al contado, cuando se paga la mercancía en el momento de tomarla; a crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la adquisición; y a plazos, cuando el pago se fracciona en varias entregas sucesivas. Pág. 35.

1.2.4.1. Tipos de ventas.

La venta es un proceso impulsado por el cliente y no por el vendedor, estas cumplen una serie de pasos lógicos y ordenados con el fin de conseguir el objetivo que beneficie a ambas partes (comprador y vendedor). Según (Garcia, 2011), existen dos tipos de ventas, las ventas simples y las ventas complejas, que a continuación se detallan su contextualización:

Venta simple. Según (Garcia, 2011), la venta simple es “aquella en la que hay un comprador y un vendedor, y entre ellos se produce una entrevista de ventas que puede concluir en una venta, es decir, uno contra uno”. Pág. 80.

Venta compleja. Según (Garcia, 2011), en la venta compleja “existen varios compradores de los que el vendedor tiene que conseguir su aprobación para que se produzca la venta (Si una persona dice no, no hay venta), es decir, varios contra uno”. Pág. 80 Planificación estratégica.

¿Qué es la planificación estratégica?

(Sallenave, 2007), manifiesta: La Planificación Estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. No es un dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa. El plan estratégico es importante porque ayudará a lograr una aplicación más efectiva de recursos escasos – humanos, financieros y materiales. (Pág. # 187).

La planificación estratégica permite que las organizaciones se direccionen a los objetivos y metas trazadas abarcando al cumplimiento de cada objetivo ya sea a corto, mediano o largo plazo.

Es por ello que en la actualidad las organizaciones emplean la planificación estratégica para poder ser competitivos y mantenerse en el mercado, por ello es necesario que la Asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar tenga estrategias asociativas tecnológicas que les permita mantenerse en el mercado y sobrevivir a las exigencias de este que cada vez es cambiante.

1.2.4.2. Importancia de la planificación estratégica.

(Alvarez Torres, 2006), Nos dice. “Gracias al plan estratégico una organización sabe de manera clara:

- ✚ Qué resultados debe alcanzar (Objetivos)
 - ✚ Como lo va a alcanzar (Estrategias)
 - ✚ Qué actividad va a desarrollar a lo largo del periodo de la planeación (Programa de trabajo)
 - ✚ Quien y cuando se van a desarrollar dichas actividades (Responsables).
- (Pág. # 28).

La planeación estratégica es de vital importancia porque ayuda a que las organizaciones manejen de una forma eficaz y eficiente los recursos, se tendrá una mayor visión sobre los objetivos y metas trazadas, mediante la planificación se prevendrá a no cometer errores que en la actualidad ya existía por la gran competencia que existe es importante ser oportunos y eficaces ante los cambios existentes.

1.2.4.3. Para qué sirve el plan estratégico.

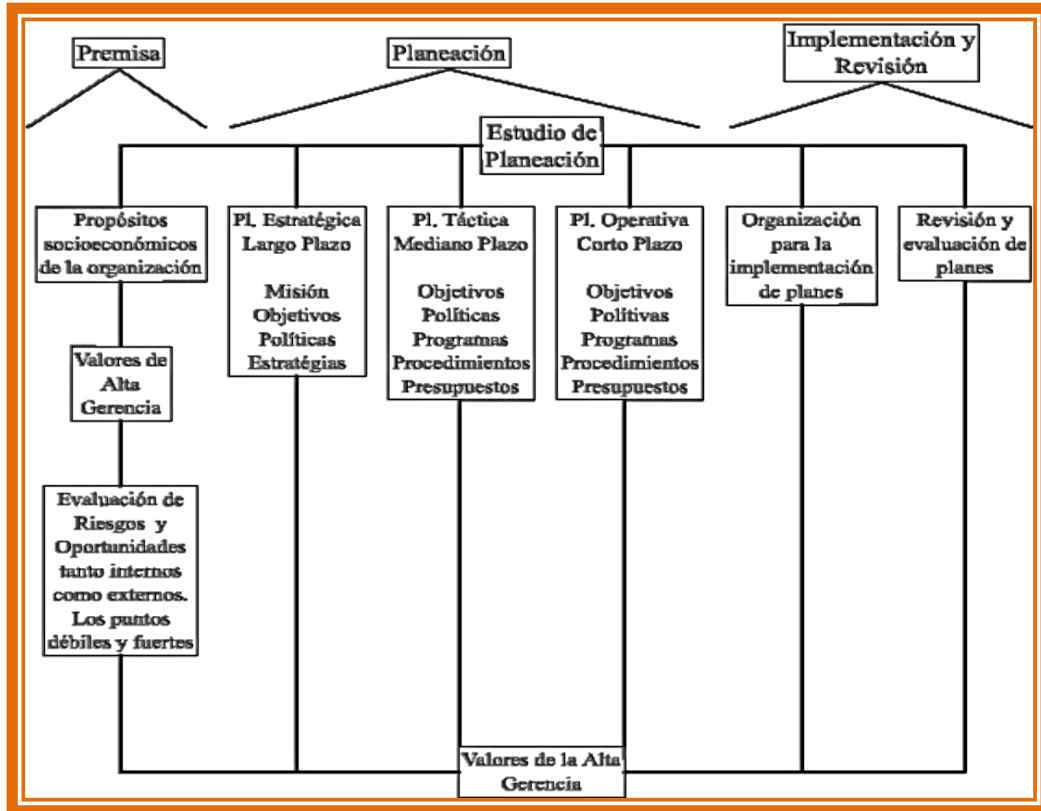
(Alvarez Torres, 2006) Comenta. “Dentro de los propósitos generales para un plan estratégico se considera: (Pág. # 28).

1. Consta con una metodología práctica que le permita a la organización formular y redefinir periódicamente objetivos y estrategias de negocio.
2. Orientar los esfuerzos de la organización hacia la consolidación de su visión, su misión, sus objetivos y su posición competitiva.
3. Desarrollar los objetivos específicos de cada área de especialidad - mercadotecnia, ventas, finanzas, recursos humanos, administración, ingeniería, calidad, producción, etc., - congruentes con la visión y misión del negocio.
4. Desarrollar los planes de mejora que aceleren el nivel de evolución competitiva de la organización
5. Garantiza mediante un seguimiento adecuado, el cumplimiento de objetivos.

El plan estratégico aporta para el gran desarrollo de una organización, en este caso para la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar, que es una institución en busca de desarrollo y crecimiento de la misma con intenciones de mejorar la productividad en la diversificación de prendas de vestir para todo tipo de personas y todo tipo de modelos.

La aplicación de una propuesta asociativa requiere de un plan estratégico para conocer y comprender el entorno en el que viven estas personas en la comunidad y de esta manera rescatar lo positivo y eliminar ciertos aspectos negativos que se emplean en la asociación ya que trabajan de manera empírica.

IMAGEN N° 1: Modelo del plan estratégico de Steiner



Fuente: Adalberto Chiavenato (2010).
 Elaborado por: Julie Cucalón Gonzabay

El siguiente modelo de planificación estratégica analiza en primer término a conocer quiénes somos como organización, por qué estamos aquí, esto implica que debemos tener una visión y misión que lo más importante y fundamental pues debemos tener una razón de ser y hacia donde queremos llegar, después se analiza los factores internos y externos de la organización, en lo interno - Fortalezas y Debilidades y externo - Oportunidades y Amenazas, como tercer proceso están los objetivos estratégicos, que conlleva al cumplimiento de las metas que es hacia donde queremos llegar.

Y por último tenemos el plan de acción detallado y bien especificado este se lo realiza mediante las estrategias establecidas y que a su vez serán medidas para verificar si se cumplió o no lo planificado.

1.2.4.4. Elementos básicos del plan estratégico.

Filosofía.

(Zambrano Barrios , 2007), manifiesta: “La filosofía, es una ciencia -conocimiento de las cosas por sus causas, de lo universal y necesario, que se viene practicando, desde la época de los griegos o era clásica, es justamente amor por la sabiduría. Comprender con todo aquello, que interactuamos. Justamente, filosofía proviene del griego filos - amor y sofía - sabiduría”. (Pág. # 86).

Podemos señalar entonces que la filosofía, es el arte de amar lo que conocemos, es algo que ya está escrito y que nos asemeja a la realidad del porqué de las cosas, pues nos crea una identidad para una imagen de nuestra institución, algo que nos va identificar.

Visión.(Amaya, 2005), manifiesta: “La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento, es realizar el proceso de formular el futuro”. (Pág. # 5).

La visión nos indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué deberá convertirse a futuro, para ello la asociación deberá considerar el impacto del entorno tanto interno como externo, visionar la mejora de las costureras artesanales.

Misión.

(Amaya, 2005). Manifiesta: “La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización. Es decir es la imagen actual que indica de manera concreta donde radica el éxito de nuestra empresa”. (Pág. # 4). En síntesis, la misión es el propósito general o razón de ser de la organización que

enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades.

Por ello, la misión es el marco de referencia que orienta sus acciones, enlaza lo deseado con lo posible, condiciona las actividades presentes y futuras, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas.

Objetivos.

(Amaya, 2005). Manifiesta: “Es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la institución pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual, por lo tanto, el objetivo deja de ser deseado y se busca otro para ser alcanzado”. (Pág. # 6).

Por objetivo se entiende a la forma de cómo poder alcanzar el objeto de estudio, sin duda alguna es lo que queremos lograr en un futuro determinado. Dentro de la institución se busca el desarrollo planteando objetivos claros y cumplirlos para mejorar continuamente, pues de esto depende el éxito del buen uso de los recursos y el buen direccionamiento de nuestra asociación, gracias a ello se elaborarán estrategias para la meta propuesta.

Metas.

(Amaya, 2005). Manifiesta: “Las metas, por su parte, son instancias intermedias de la acción, objetivos intermedios que estructuran temporal y espacialmente la acción. Además las metas son el fin hacia el cual diriges tus deseos y acciones; y aunque es excelente, y recomendado, establecer metas para facilitarnos alcanzar el éxito, éstas por si solas pueden carecer de discriminación y dirección” (Pág. # 7).

Podemos entender que una meta es algo que se quiere alcanzar y con ello las personas o instituciones deseamos conseguir en base a lo planificado. Las metas

hacia un fin determinado, son las que te mueven a actuar, lo importante es tener claro lo que se anhela, esto nos hace tener una conducta participativa en los objetivos comunes que se tiene en la institución.

Valores.

(Amaya, 2005), Dice: “Son el conjunto de principios y criterios de actuación que condicionan comportamientos y decisiones de los profesionales y constituyen la filosofía de comportamiento de nuestra organización”. (Pág. # 4)

Los valores caracterizan de la mejor manera a las personas, no solo dentro de la institución, sino fuera de ella, porque también deben ser valores inculcados a estudiantes y padres de familia que conforman la institución.

Se denomina tener valores al respetar a los demás; asimismo los valores son un conjunto de pautas que la sociedad establece para las personas en las relaciones sociales y nos proporcionan una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos. Reflejan nuestros intereses, sentimientos y convicciones más importantes.

1.2.5. Análisis F.O.D.A.

El nombre F.O.D.A. se forma de las iniciales de los cuatro conceptos utilizados para la aplicación del instrumento. Una de las aplicaciones del análisis F.O.D.A., es determinada por factores que favorecen - fortalezas y oportunidades, u obstaculizar - debilidades y amenazas el logro de los objetivos planteados por la empresa u organización.

(Zambrano Barrios , 2007), menciona: “El análisis FODA permite, igualmente, hacer un análisis de los factores internos, es decir, de las fortalezas y debilidades de la institución. Combinando los factores externos (amenazas y oportunidades) y los

factores internos (fortalezas y debilidades) se pueden precisar las condiciones en las cuales se encuentra la institución con relación a determinados objetivos, metas o retos que se haya planteado dicha organización.

El análisis FODA, en síntesis, permite entender mejor cuales son los factores internos o endógenos y los externos o exógenos, que influyen favorable o desfavorablemente en el desempeño de la organización y que condicionan la posibilidad de realizar la misión, la visión, los objetivos estratégicos y las metas de dicha institución”. (Pág. # 85).

CUADRO N° 3: Análisis F.O.D.A.

	POSITIVO	NEGATIVO
INTERNO	Fortalezas	Debilidades
EXTERNO	Oportunidades	Amenazas

Fuente: Zambrano Barrios Adalberto (2007)

Elaborado por: Julie Cucalón

1.2.5.1. Matriz F.O.D.A

La matriz FODA es una herramienta o instrumento de mucha importancia que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias:

- ✚ Estrategias de fortalezas y oportunidades (FO).
- ✚ Estrategias de debilidades y oportunidades (DO).
- ✚ Estrategias de fortalezas y amenazas (FA).
- ✚ Estrategias de debilidades y amenazas (DA).

Significa ampliar el análisis FODA, para pensar detalladamente en las opciones estratégicas una a una, de esta manera se logra una mejor comprensión y un mejor análisis del tema expuesto.

(Fred R., 2003), manifiesta:

“Toda empresa posee tanto oportunidades y amenazas externas como fortalezas y debilidades internas que se relacionan entre sí para formular alternativas de estrategias posibles.

La matriz de las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas (FODA) es una herramienta de ajuste importante que ayuda a los gerentes a crear cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y oportunidades (FO), estrategias de debilidades y oportunidades (DO), estrategias de fortalezas y amenazas (FA), y estrategias de debilidades y amenazas (DA). ”. (Pág. # 200).

La siguiente figura, es una representación esquemática de la matriz FODA, donde se presentan las estrategias en un modelo más completo. Está compuesta por nueve cuadrantes, de los cuales cuatro son los factores claves (FODA), cuatro cuadrantes son de estrategias (FO, DO, FA, DA), y un cuadrante en blanco (superior izquierdo).

1.2.5.2. Decisiones Políticas

La decisión política es una prefiguración del camino a recorrer por el sistema para lograr su meta (por ejemplo, la solución del problema) más un pronunciamiento de la voluntad sobre la asignación y puesta en acción de los medios necesarios para tal fin.

Las decisiones políticas suelen tomarse en forma escalonada o secuencial: primero se definen los propósitos o metas generales - decisión de política; luego se determinan los medios y los métodos de ejecución - decisión de ejecución.

Las decisiones políticas están limitadas por los medios de que dispone el sistema y por los dos ambientes en que actúa: el ambiente externo, exógeno, el mundo que lo rodea; y el ambiente interno, endógeno, frecuentemente ignorado por los decisores, pese a su gran importancia.

1.2.5.3. Análisis competitivo.

El análisis competitivo consta de cuatro etapas, las cuales se detallan a continuación:

- ✚ **Definir el mercado objetivo.-** Se define por los límites del mercado del producto que la gerencia considera importante. Se establecen tres niveles: Marcas competidoras (o proveedores), formas de producto o competidoras dentro de una clase de productos y clases de productos competidores dentro de la necesidad genérica.

- ✚ **Identificar los competidores directos.-** Son aquellos que con mayor probabilidad nos quitarán a nuestros clientes por cuanto sirven al mismo mercado objetivo. Se involucran aquellas empresas que están en capacidad a través del tiempo de ganar o perder una parte sustancial de clientes dentro y fuera del mercado.

- ✚ **Examinar las fuerzas competitivas del mercado.-** La intensidad de la competencia y la dinámica competitiva están influenciadas por las fuerzas del mercado que se interactúan en el mundo empresarial:
 - ✚ Amenaza de nuevos entrantes.
 - ✚ Rivalidad entre competidores.
 - ✚ Poder de negociación con los proveedores.
 - ✚ Poder de negociación con los clientes.
 - ✚ Amenaza de productos o servicios sustitutos.

- ✚ **Evaluar la ventaja competitiva.-** Finalmente, los gerentes deben tener una visión de las ventajas relativas que posee cada competidor. Esto lleva a examinar tanto las posiciones de ventaja logradas (desde la perspectiva del

cliente) como las capacidades y los recursos que constituyen las fuentes de ventaja. Esto ayudará a una mejor definición y análisis para lograr grandes ventajas.

1.2.5.4. Matriz Boston Consulting Group - B.C.G

(Chiavenato, 2010), menciona: “Cuando una organización usa este modelo puede clasificar cada uno de sus productos o líneas de productos en razón de dos factores: su participación de mercado en relación a la competencia y la tasa de crecimiento del mercado del producto” (Pág. # 214).

Estrellas: Se caracterizan por tener una alta participación de mercado, sin embargo un producto de esta categoría representa todo un desafío para las organizaciones que exigen mucho dinero.

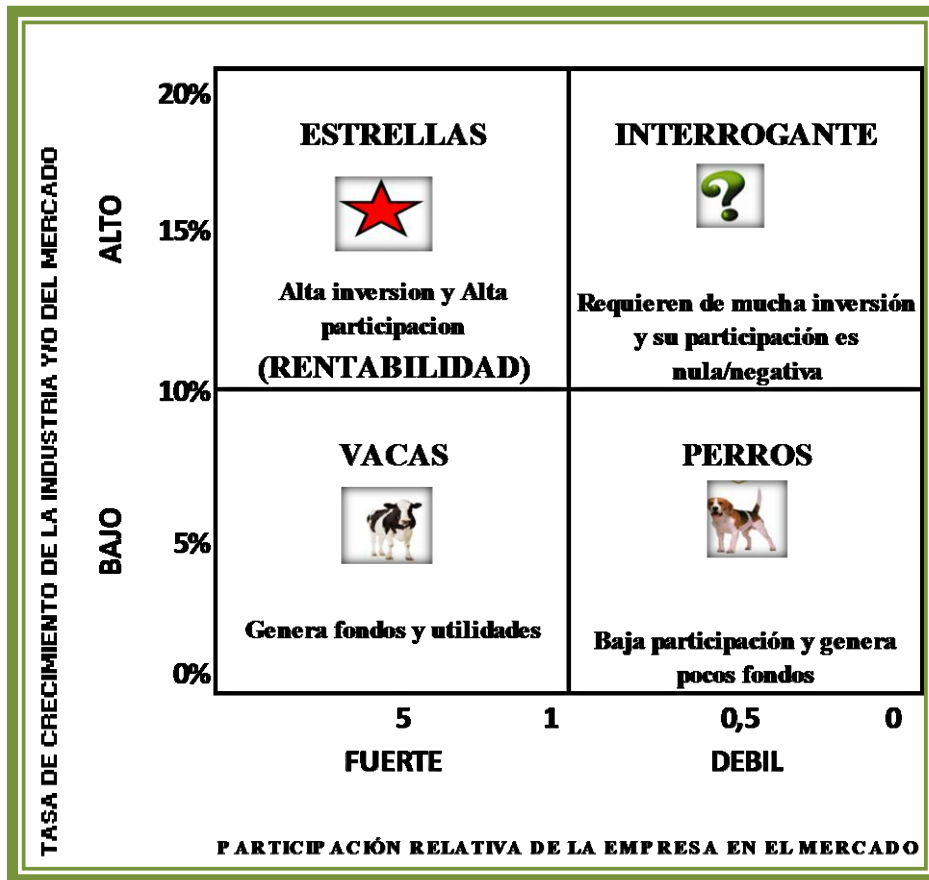
Vacas lecheras: estos productos tienen una alta participación de mercado y que posiblemente están pasando por una etapa de madurez de su ciclo de vida.

Interrogantes: Son productos que se caracterizan por una baja participación de mercado, pero con altas tasas de crecimiento del mercado.

Perros: Son productos que tienen baja participación del mercado y que operan en sectores con bajas tasas de crecimiento”. (Pág. # 215).

La matriz BCG es un cuadrante donde se detalla la situación del estado de comercialización de los productos de la empresa, si en realidad tienen una plena participación en el mercado, se analiza su crecimiento o declive, este cuadrante es de vital importancia para la toma de decisiones de un producto, en este caso para los productos que ofrece la Asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar.

IMAGEN N° 2: Matriz Boston Consulting Group - B.C.G.



Fuente: Idalberto Chiavenato (2010)
 Elaborado por: Julie Cucalón Gonzabay

1.2.5.5. Composición de las fuerzas competitivas.

(Chiavenato, 2010), expresa: “El modelo de análisis de las cinco fuerzas de Porter amplía la base analítica del sector, en razón de que esas fuerzas muestran que la competencia en un sector envuelve todas las organizaciones del mismo. Los proveedores, los compradores, los participantes potenciales, por no hablar de los competidores, compiten entre sí por el margen que podría generar el sector.” (Pág. # 101).

Las estrategias de Porter son importantes para la participación del mercado de nuestra empresa para considerar estrategias de vital importancia se considera un sin número de competencias tanto de los proveedores, compradores, productos, que en

el mercado son tan exigentes por el poder de compra o venta, Porter detalla cinco fuerzas de rivalidad en los sectores.

1. La amenaza de nuevas organizaciones
2. Poder de negociación de los proveedores
3. Poder de negociación de los compradores
4. Amenaza de productos sustitutos
5. Intensidad de rivalidad entre los competidores.

Imagen N° 3: Las cinco fuerzas de Porter



Fuente: Idalberto Chiavenato (2010)

Elaborado por: Julie Cucalón Gonzabay

1.2.6. Cadena de valor.

(Chiavenato, 2010), describe: “La cadena de valor describe ese ciclo mediante un mapa del movimiento de un producto desde la etapa de la materia prima hasta el consumidor final por medio de nueve actividades que tienen relevancia estratégica y crean valor, dividido en cinco actividades primarias y cuatro actividades de apoyo”(Pág. # 123).

La cadena de valor es un proceso por el cual se refiere a las etapas que deben ser importantes para el desarrollo y crecimiento de una organización, en lo relacionado a su producto desde la parte que crea una actividad de apoyo hasta las actividades

primarias que es donde el pasa por los diferentes departamentos hasta que llega al consumidor final, ya que el objetivo de la empresa es vender.

1.2.6.1. Cadena básica de valor.

Actividades de Apoyo.

Las actividades de apoyo son de vital importancia en cualquier sector industrial, como su nombre lo indica apoyan al sector para cumplir con el objetivo de la organización.

(Chiavenato, 2010), manifiesta

“Suministro y servicio de materiales: Actividades realizadas con miras a comprar los insumos necesarios para fabricar los productos, así como los activos fijos: maquinaria, equipamiento de laboratorio, equipamientos y materiales de oficina y edificios.

Desarrollo tecnológico: Actividades que se llevan a cabo con el objetivo de mejorar el producto y los procesos utilizados para su fabricación. Asume diversas formas, equipamiento del proceso, investigación básica, diseño del producto y procedimientos de servicios.

Administración de recursos humanos: Actividades relacionadas con el reclutamiento, la selección, la admisión, el entrenamiento, el desarrollo y la remuneración del personal.

Infraestructura de la organización: Actividades de apoyo necesarias para toda la cadena de valor, con la dirección general de la organización, la planeación, las finanzas, la contabilidad, el apoyo legal y las relaciones con el gobierno.

Por medio de la infraestructura, la organización trata de identificar de forma eficaz y consistente las oportunidades y amenazas externas, los recursos y las capacidades, así como brindar apoyo a las competencias esenciales”. (Pág. # 124).

Actividades Primarias.

Las actividades primarias dan énfasis a la elaboración o fabricación del producto terminado por el cual pasa por diversos procesos hasta que el producto llega al consumidor final.

(Chiavenato, 2010), manifiesta:

Logística interna: Actividades vinculadas con el manejo de materias de prima y el almacenaje, y control de inventarios, utilizadas para recibir y distribuir los insumos de un producto.

Operaciones: Actividades indispensables para tomar los insumos suministrados por la logística interna y transformarlos en un producto final, por ejemplo el embalaje, el montaje, y el mantenimiento del equipamiento.

Logística externa: Actividades relacionadas con la recolección, el almacenamiento y la distribución física del producto final al cliente, por ejemplo, el almacenaje de productos terminados, el manejo de materiales y el procesamiento de pedidos.

Marketing y ventas: Actividades complementadas para proporcionar los medios que induzcan a los clientes a comprar los productos que les permitan adquirirlos, por ejemplo las campañas de publicidad y promoción, la elección de canales de distribución adecuados, la selección, el desarrollo y el apoyo de la fuerza de ventas.

Servicios: Actividades destinadas a realzar o mantener el valor de un producto, por ejemplo, la instalación, el entrenamiento y la asistencia. Cada actividad debe ser estudiada en relación con las capacidades de la competencia y evaluada como superior, equivalente o inferior”. (Pág. # 124).

CUADRO N° 4: Cadena De Valor



Fuente: Idalberto Chiavenato (2010)
 Elaborado por: Julie Cucalón Gonzabay

1.2.7. Formulación Estratégica.

1.2.7.1. Estrategias.

(Jane, 2006), manifiesta: “Es la guía para el diseño organizacional en toda organización o empresa, deben conocer en qué mercado y con qué producto lograrán los objetivos para establecer el diseño que permita maniobrar hacia el futuro. Las estrategias son guías que se siguen para cumplir los objetivos”. (Pág. # 65).

Otros Autores como Henry Mintzberg, Joseph Lampel y Bruce Ahlmstrand concuerdan en que la estrategia es una guía, una dirección que implica la fijación de objetivos. Algunos autores asimilan la estrategia al mercado en el que se van a colocar los productos.

Es muy importante tener conocimiento que en el desarrollo de la estrategia se deben considerar:

- ✚ Los productos y servicios que se ofrecerán - ¿QUÉ?
- ✚ Los clientes y mercados - ¿A QUIÉN?
- ✚ Las Ventajas Competitivas - ¿POR QUÉ EL CLIENTE VA A COMPRAR NUESTRO PRODUCTO?
- ✚ Las Prioridades de productos y mercados - ¿DÓNDE NOS ENFÓCAREMOS?

Podemos decir que las estrategias son las determinaciones de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la aceptación de recursos de acción que tiene cada empresa, así como los recursos que asigna para que estos objetivos sean alcanzados. Sin embargo, su importancia radica en determinar y transmitir, mediante un sistema de objetivos y políticas básicas, una imagen del tipo de empresa que se quiere proyectar.

Cursos de Acción.

(Jane, 2006), manifiesta: “Es un acto específico de una persona o de un grupo de personas por ejemplo emplear a determinada persona, realizar una compra específica o desplazarse hacia un lugar especial”. (Pág. # 66).

Podemos decir que un curso de acción es la manera complicada de decir "pasos a seguir" para obtener un fin determinado, es también un componente estratégico que sólo existe mientras estén presentes los competidores.

Políticas.

(Jane, 2006), manifiesta: “Es la orientación o directriz que debe ser divulgada, entendida y acatada por todos los miembros de la organización, en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la organización. Una política apropiada es una norma que toma en consideración las condiciones pertinentes al tiempo en que se necesita la acción. La política por lo tanto permite el uso de toda información relacionada que pueda conseguirse al momento de la decisión. (Pág. # 66)

En resumen, las políticas son reglas de decisión que pueden incorporar toda la información pertinente disponible al momento de la decisión y por tanto puedan dar flexibilidad y adaptabilidad máxima.

1.2.7.2. Implementación estratégica.

Programas.

(Reyes Ponce, 2005), manifiesta: “Es un conjunto ordenado de acciones interrelacionadas generalmente más complejas que un procedimiento dirigido hacia un objetivo específico, generalmente a largo plazo, que se persigue solamente una

vez por ejemplo: un programa de diversificación o de construcciones. Además es un proyecto o planificación ordenada de las distintas partes o actividades que componen una cosa que se va a realizar: programa de actividades”. (Pág. # 2).

Los programas son esquemas en donde se establece, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.

Proyectos.

(Reyes Ponce, 2005), manifiesta:

“Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Además es una ruta para el logro de conocimientos específicos en una determinada área o situación en particular, a través de la recolección y el análisis de datos”. (Pág. # 3).

Podemos decir que un proyecto es el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo para nuestra institución, además donde se planifican a fin de conseguir una meta previamente establecida, para lo que se cuenta con una determinada cantidad de recursos y es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo.

Procedimientos.

(Jane, 2006), manifiesta: “Es un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada y está vinculado a un método o una manera de ejecutar algo. (Pág. # 67). Un procedimiento, en este sentido, es un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma, para obtener siempre el mismo resultado bajo las mismas circunstancias por ejemplo, procedimiento de emergencia.

1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

1.3.1. Constitución de la República del Ecuador 2008.

En la sección primera de agua y alimentación en el Art. 13 de la Constitución establece: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”.

En la sección novena de las personas usuarias y consumidoras en el Art. 55, establece que: “Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas”. Además resalta que para el ejercicio de estos derechos ninguna persona será obligada a asociarse.

En el capítulo cuarto, que detalla sobre los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades, en el Art. 57, numeral 6 señala que las comunidades serán: “participes en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus territorios”.

En cuanto al desarrollo de actividades económicas que se sustenta en el capítulo sexto sobre los derechos de libertad, Art. 66, numeral 15 declara que: “El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental”.

En el Título VI del Régimen de Desarrollo, Capítulo III de la soberanía alimentaria, Art.281, numeral 1, detalla que es responsabilidad del Estado, “impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria”.

Así mismo en el numeral 4 establece que el Estado es “responsable de promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesino a la tierra, al agua y otros recursos productivos”.

Por consiguiente en el numeral 5 de la Ley antes mencionada detalla que el estado debe “establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción”. En el numeral 10 de este artículo, expone que el Estado debe “Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como las de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos”.

El numeral 11 ostenta, que el Estado debe “generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios”. Y finalmente en el numeral 14 del presente artículo expone que es deber del Estado: “Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras”.

En el capítulo VI, que sostiene sobre el trabajo y producción, Sección Primera de las Formas de organización de la producción y su gestión en el Art. 319. Expone que: “se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas”.

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

El Art. 320, ostenta que “en las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. Además la producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social”.

El Art. 326, que menciona el derecho de trabajo que se sustenta en principio como: “Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente. En cuanto a la democratización de los factores de producción, el Art. 334, detalla que el estado deberá “impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos orientados a los procesos de producción”.

El Art. 335, de la sección de intercambios económicos y comercio justo expone que el “Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal”.

En el Art. 336, El Estado deberá “impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad”.

Además asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la

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

1.3.2. Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017.

El presente estudio se basa en los siguientes objetivos establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017:

En el objetivo 2, que trata sobre “auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial, en la diversidad”; en la política 2.1, menciona que se debe generar condiciones y capacidades para la inclusión económica, la promoción social y la erradicación progresiva de la pobreza. En el objetivo 3, que trata sobre “mejorar la calidad de vida de la población”, en la política 3.6 en el lineamiento O, hace referencia sobre fomentar la producción de cultivos tradicionales.

En el objetivo 4 donde se habla de “fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”, en la política 4.3, en el lineamiento F indica que se debe generar espacios de encuentro, de intercambio de conocimientos y saberes y de aprendizaje intergeneracional en diversas áreas, para la realización persona, es decir capacitación a los agricultores en los diferentes ámbitos para fortalecer sus debilidades.

En el objetivo 8 que busca “consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”, en la política 8.9, lineamiento A, resalta que el Estado deberá democratizar de forma organizada y responsable los medios de producción no vinculados al sector financiero, bajo consideraciones de asociatividad, inclusión y responsabilidad ambiental.

Además en el lineamiento F, destaca que el Estado regulara la cadena de producción en lo referente a precios y a la definición de precios de sustentación, para establecer condiciones de comercio justo y la reducción de la intermediación en la producción popular y rural.

En el objetivo 9 que trata sobre “garantizar el trabajo digno en todas sus formas”, en la política 9.1 lineamiento A menciona que el Estado deberá implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas, especialmente del sector popular y solidario, las Mipymes, la agricultura familiar campesina, así como las de trabajo autónomo que se orienten a la generación y conservación de trabajos dignos y garanticen la igualdad de oportunidades de empleo para toda la población.

En el lineamiento B consolida la democratización del acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados. Y finalmente en el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir busca “impulsar la transformación de la matriz productiva”, según lo establecido en la política 10.4, lineamiento A, en donde se recalca que se debe fortalecer la producción rural organizada y la agricultura familiar campesina, bajo formas de economía solidaria, para la inclusión como agentes económicos de la transformación en matriz productiva, promoviendo la diversificación y agregación de valor y la sustitución de importaciones en el marco de la soberanía alimentaria.

Además en la política 10.5, lineamiento B, establece que se deberá promocionar y fomentar la Asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.

1.3.3. Código Orgánico de la Producción. Comercio e Inversiones.

Dentro de los fines del Código de Producción es democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía de la economía popular y

solidaria. Además de fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas.

Otro fin del presente código es “promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico – institucional”.

Además impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico. Y finalmente otros de los fines del código es “promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo.

1.3.4. Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector.

Financiero Popular y Solidario.

La economía popular y solidaria es una forma de organización económica, donde sus integrantes, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos.

Estos procesos se basan en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

La presente ley tiene como objeto los siguientes literales que sustentan la elaboración del presente estudio:

- a) Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado.
- b) Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay.
- c) Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

En cuanto al registro de las personas y organizaciones que ampara esta ley en el Art. 6, deberán inscribirse en el Registro Público que está a cargo del ministerio de estado que tenga a cargos los registros sociales.

En el Art. 18, se define al sector asociativo como el “conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley”.

En cuanto a la estructura interna del sector asociativo, el Art. 19, expone que “la forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la

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

El Capital Social del sector asociativo se sustenta en el Art. 20 que menciona que “el capital estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico”.

1.3.5. Ley de organización y régimen de comunas.

El Art. 6 hace mención a la posesión de bienes colectivos, en donde los habitantes de las comunas podrán poseer bienes colectivos, como tierras de labranza y pastoreo, industrias, acequias, herramientas, semovientes, establecimientos educacionales, etc.

El Art. 7, hace referencia al uso y goce de bienes colectivos, es decir que los bienes que posean o adquieran en común, serán patrimonio de todos sus habitantes; su uso y goce se adecuarán, en cada caso, a la mejor conveniencia de cada uno de ellos, mediante la reglamentación que se dicte, libremente, para su administración.

Y finalmente en el Art. 18, expone sobre los deberes del Ministerio de Agricultura y Ganadería, hoy en día MAGAP, el mismo que prestará su apoyo directo a las comunas en todo lo que se refiera a su mejoramiento material e intelectual, ayudándolas en el financiamiento económico para la adquisición de bienes colectivos, como tierras de labranza, instalación de industrias, obras de irrigación, etc.; y solicitará de los demás organismos del Estado o de otras entidades, su colaboración para llenar necesidades que no tengan relación con las atribuciones de dicho Ministerio.

1.4. MARCO SITUACIONAL DE LA COMUNA PALMAR.

Datos proporcionados por la Sra. Aurora Enríquez viuda de Rodríguez el recopilado por los señores Franklin Barzola Segovia y Alfredo PARRALES TÓMALA.

Todo pueblo tiene su propia historia, la misma que está basada en hecho, sucesos creencias, mitos, anécdotas, etc. y sobre todo los pueblo que además de ser puerto pesquero costeros naturales, y por tener un entorno. Tan diverso, son inclinados a que en ellos se desarrollen acontecimientos que van forjando el camino de una historia curtida por el sol y la sal del generoso mar pacífico que los abraza.

Por consiguiente, al brindar este puerto muchas facilidades para la entrada de embarcación de bajo colado (bongos y más recientemente de las llamadas pangas) siempre sus playas y esteros ha sido utilizados desde antaño como sitio apropiado para el embarque y desembarque de pesca y mercaderías no solo para esta comunidad, sino también para otras poblaciones aledañas que no cuentan con dichas ventajas naturales.

Durante mucho tiempo el caserío conformado por aproximadamente unas ocho familias de humildes pescadores tuvo el nombre de “Estero de Balsas” hasta que en el año 1888 llegó un sacerdote a esta comarca desde la Ciudad de Guayaquil de nombre Rafael Tomas el mismo que al preguntarle a los pescadores el nombre del caserío, contestaron que se denominaba Estero de Balsa, quienes además manifestaron que su nombre se debía a que en este estero que tiene conexión con el mar entraban grandes cantidades de balsas. El ministro de la iglesia que llegó a estos lugares en misión religiosa tuvo la idea de cambiar el nombre con el de Palmar, debido a la gran cantidad de Palmeras, pero la idea no quedó confirmada por el sacerdote que tuvo que ausentarse del lugar.

Poco tiempo después con la misma misión religiosa llegó un obispo de apellido Barriga. El al conocer el caserío, y mirar que el bello paisaje que se observaba era

la abundancia de palmeras. Durante el acto litúrgico, basándose en la anterior idea del ministerio de la iglesia surgió que por los dones con las que había bendecido el divino creador y la naturaleza a este lugar solamente lo bautizo con el nombre de Palmar.

Apunta la historia que el único medio de transporte eran las llamadas balandras o botes veleros , los mismos que llegaban hasta el estero en donde descargaban los víveres de primera necesidad, poco tiempo después un señor de nombre Cristóbal Escala oriundo de la ciudad de Guayaquil trajo el primer vehículo terrestre.

IMAGEN N° 4: Palmar Vista Satelital



1.4.1. Diagnóstico de la comuna Palmar

Palmar se encuentra a 42 km de la cabecera cantonal de Santa Elena, y según datos del cabildo comunal posee una población de 8000 habitantes. Las principales actividades económicas son: la pesca artesanal, el servicio doméstico, la producción de huevos de codornices y talleres artesanales principalmente de tagua, concha perla, caña, madera, coco y piolas.

La producción agrícola es mínima, los productos que se cultivan son de ciclo corto como: sandía, melón, camote, y en la parte pecuaria también se trabaja en otros productos como la leche, el queso y la nata. Tiene una playa de 2.5 Km, con un corte natural en los dos extremos: al Norte existen acantilados bajos con vegetación

de bosque seco y al Sur se puede observar una zona rocosa, la arena es fina y de coloración gris. Además se encuentra un manglar con una extensión aproximada de 36.86 hectáreas, presenta una gran diversidad de especies de flora y fauna, terrestre y acuática propias de este ecosistema. Su clima es cálido-húmedo, y la temperatura varía de 18°C como mínima y 38°C como máxima, con una humedad relativa del 90%.

IMAGEN N°: 5 Latitud Longitud Palmar



El principal atractivo turístico es su playa, seguido de un estero y manglar que complementa la oferta turística de la localidad, durante los últimos años varias instituciones tanto públicas como privadas han ejecutado estudios con la finalidad de promover las actividades turísticas en la población.

SUS LIMITES SON.

Al Norte Comuna Ayangué.

Al Sur Comuna Jambeli.

Al Este Comuna Manantial de Colonche.

Al Oeste Océano Pacífico.

Los artesanos de este lugar han trabajado según sus recursos y posibilidades de una forma empírica de una u otra manera, ciertos niveles de éxito y/o fracasos según sea el caso, entendiendo como éxito el fortalecimiento de su negocio o talleres, incrementos de la compra y venta de sus productos derivados del mar

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA.

(Hernández Sampieri, 2010), En su libro metodología de la investigación, en este capítulo se abordan tópicos como el alcance de la investigación, tipo de investigación, diseño de la investigación, la selección, tipo y tamaño de muestra, cómo se realizó la recolección de los datos, el instrumento de medición y el análisis de los resultados.

La Metodología también es conocida como las estrategias metodológicas que contemplan, según la estructura de los niveles de enseñanza el diseño de la Investigación cualitativa, y el proyecto factible que ayudará a resolver una problemática existente en la Asociación de modistas de la comuna Palmar.

Dentro de los tipos de investigación se utilizó la investigación acción participativa que nos ayudará a conseguir información del entorno. Además se aplicó la Investigación descriptiva, la Investigación Bibliográfica (Fuentes primarias y secundarias) y de campo.

Las estrategias metodológicas incluyen los métodos de investigación, los cuales para el presente estudio utilizan el método inductivo deductivo y analítico sintético, los cuales se describen respectivamente.

Dentro de las técnicas e instrumentos de investigación se considera de gran utilidad para la presente investigación las entrevistas - Guía de entrevista, las observaciones - Guía de observación y las encuestas - Cuestionario que se desarrollaron analizando respectivamente las tablas y gráficos estadísticos desarrollados en el programa estadístico SPSS para una fácil aplicación. La muestra considerada para realizar las encuestas es el muestreo probabilístico sistemático ya que la población

es de gran tamaño, en este caso la población económicamente activa de la comuna Palmar, provincia de Santa Elena.

2.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación se desarrollará considerando la investigación cualitativa, ya que son necesarios para obtener buenos resultados para la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar.

Gregorio Rodríguez Gómez, Javier Gil Flores, Eduardo García Jiménez. (1996), menciona: “La investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas.

La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas”. (Pág., 32).

La investigación cualitativa, se utilizó la técnica de la observación para recabar información con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias actividades, como la tecnología que utilizan, el proceso de elaboración de las prendas de vestir, esto ayudará el mejor proceso de la investigación para mejorar la productividad.

2.2.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad de trabajo de grado a utilizarse en esta investigación es el de proyecto factible o de intervención, ya que se logrará que la propuesta tenga éxito, basándonos en varios tipos de investigación, por tal motivo en esta propuesta llegará hasta la etapa de las conclusiones sobre su viabilidad.

El proyecto factible o de intervención se aplica analizando varias definiciones, en este caso está dado de acuerdo a la definición dada por (Yépez, 2007), este autor expresa que proyecto factible es:

“La elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operable viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones sociales. Puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. Para su formulación y ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental, de campo o un diseño que incluyan ambas modalidades”. (Pág. 4).

El proyecto factible sirve para realizar una mejora o resolver una problemática grupal, social, institucional y empresarial, sobre cualquier aspecto que afecte a su buen desempeño, por tal motivo es necesario llegar a conclusiones, especificando la solución al problema existente en la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar y así contribuir con la mejora de la comunidad de las mismas.

2.3.TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Para la presente investigación, se utilizaron varios tipos de investigación, de entre los que se resaltan los siguientes:

Por el Propósito.

Investigación acción participativa:

(Bernal Torres, 2010), menciona: “la investigación acción participativa, es un enfoque diferente del método tradicional de hacer una investigación científica, ya que conceptúa a las personas como sujetos partícipes, en interacción con los expertos investigadores en los proyectos de investigación”. (Pág. #61).

La investigación acción participativa es un proceso donde se busca socializar el objeto de estudio, conocer la realidad del problema. Se utilizará este tipo de investigación porque busca resolver un problema conocido y encontrar respuestas a preguntas específicas. La investigación acción participante es un proceso de comunicación entre las costureras artesanales para hacer en conjunto un trabajo en equipo.

Por el Nivel.

Investigación Descriptiva:

(Malhotra, 1997), “La investigación descriptiva “es el tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del problema en cuestión”. (Pág. # 90). Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos, dependiendo del problema principal del objeto de estudio para la solución del problema.

Por el Lugar.

Investigación Bibliográfica:

Yépez (E, 1995), considera que: “Constituye la investigación del problema determinado con el propósito de ampliar, profundizar y analizar su conocimiento producido a través de la utilización de fuentes primarias y secundarias. Fuentes primarias en el caso de documentos y fuentes secundarias en el caso de libros, revistas, periódicos y otras publicaciones”. (Pág. # 115).

Permite analizar mejor los conocimientos en el área, permitiendo desarrollar un excelente diseño organizacional, esto se realiza por medio de fuentes primarias

(encuestas, entrevistas, observación, etc.) y secundarias (bibliotecas, periódicos, internet, etc.).

Por tal motivo se constituyó en una herramienta de gran utilidad para la presente investigación sobre las estrategias tecnológicas para la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar en la provincia de Santa Elena.

Investigación de campo.

Este tipo de investigación, permite el estudio del objeto en el lugar de los acontecimientos, para su mayor entendimiento Yépez E. (1995) manifiesta que la investigación de campo:

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

La investigación de campo permite que el investigador tome contacto en forma directa o empírica, con el objeto de estudio para obtener datos directos a través de una observación.”. (Pág., # 115).

Significa que la investigación se desarrolló en los diferentes talleres de costura que tiene las damas artesanas con el propósito de obtener un mejor estudio sistemático, además de descubrir, explicar, y obtener una amplia información a través de la observación de los hechos en forma directa, incluso a través de las encuestas.

Con la investigación de campo, se aplicaron las entrevistas, la observación, encuestas, con la finalidad de obtener datos relevantes y verídicos de la situación real de la Institución, por la carencia de estrategias tecnológicas.

2.4.MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

Los métodos de investigación, son procedimientos o conjunto de procesos muy importantes para demostrar la verdad de la investigación, obtener más conocimientos; y demostrar la realidad de acuerdo al método a utilizar. Así lo indica Méndez Álvarez Carlos E. (2006),

“El método científico se puede definir como un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización o sistematización y expresión o exposición de conocimientos, tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental”. (Pág. # 237).

Tal como indica Carlos Méndez, el tipo de método se aplica de acuerdo al objeto de estudio, entre varios métodos se realiza un análisis para llegar a la solución de la problemática existente, siguiendo un conjunto de procesos para la demostración de la verdad.

Entre los métodos que se aplican para la elaboración del trabajo que desemboca en el diseño de las estrategias para la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar, provincia de Santa Elena, se eligió entre varios tipos de métodos los siguientes:

- ✚ Método Inductivo – Deductivo.
- ✚ Método de Analítico – Sintético.

Método Inductivo – Deductivo.

El método inductivo – deductivo por lo general se basa en la observación de un fenómeno, posteriormente se realizan investigaciones para lograr la generalización, en este caso las estrategias tecnológicas para la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar.

(Bernal Torres, 2010), manifiesta:

“Este de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general)”. (Pág. # 60).

Se utilizó este método porque a través de él se llega a una conclusión óptima de todo lo que se refiere a la situación que afronta la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar.

Método Analítico – Sintético.

Estos métodos se complementan, pues ayudan a conocer la realidad del objeto de estudio, es decir, el análisis descompone el todo en sus partes para lograr identificarlas, mientras la síntesis relaciona los elementos del problema para crear explicaciones a partir del objeto de estudio.

Lo mencionado anteriormente, está basado en lo que indica Bernal Torres, C. (2010): “Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integra esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis)”. (Pág. # 60).

Se utilizó este método para llegar a conclusiones reales, analizando poco a poco cada parte del objeto de estudio y dando explicaciones a partir del objeto de estudio “Estrategias asociativas tecnológicas para la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar.

De información o investigación.

Son todos los documentos que de una u otra manera transmiten conocimientos del área a investigar. Estas fuentes se dividen en:

Fuentes primarias.

Es el tipo de información que se obtiene de primera mano, es decir, la obtiene el investigador a través de la investigación de campo, tales como: encuesta y entrevista, estas técnicas se utilizaron para la recolección de información en la presente investigación. Así lo indica (Mendéz, 2006)“Es posible que el desarrollo de la investigación propuesta dependa de la información que el investigador debe recoger directamente. Cuando esto sucede, se habla de la fuente primaria, e implica utilizar técnicas y procedimientos que suministren la información adecuada”. (Pág. # 250).

Fuentes secundarias.

Son documentos de reseña histórica, es decir se encuentran almacenadas en libros, bibliotecas. Esta fuente de información proporciona una síntesis de la información existente en documentos o libros, que ayudarán al mejor entendimiento del tema de investigación. Sin embargo hay que evaluar bien dicha información, ya que muchas veces dependiendo del objeto de estudio puede mejorar o empeorar en la toma de decisiones, (Michael R. Czinkota, 2008), manifiestan: “Se debe hacer una evaluación de la calidad de los datos reales, la que debe incluir que se determine la precisión, confiabilidad y actualidad de los mismos, es obvio que los datos que no están actualizados pueden empeorar en lugar de mejorar el proceso de toma de decisiones”. (Pág. 252).

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos que sirven para la recolección y análisis de datos predominantes sobre el tema de investigación, en este caso para Asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar, serán la observación directa, las entrevistas, y las encuestas a los involucrados, estos datos son relevantes

para acercarse a los hechos del objeto de estudio y de ésta manera poder llegar a la solución del objeto de estudio.

Urbano Claudio, Yuni José (2006), mencionan:

“La dimensión de las técnicas de recolección de la información confronta al investigador a un proceso de toma de decisiones para optar por aquellas técnicas que sean más apropiadas a los fines de la investigación.

Dicha investigación guarda estrecha relación con la naturaleza del objeto de estudio, con los modelos teóricos empleados para construirlo y con la lógica paradigmática de la que el investigador parte”. (Pág. # 27).

Las técnicas e instrumentos de recolección de información a utilizados en la presente investigación son:

- ✚ Observación Directa.
- ✚ Entrevista.
- ✚ Encuesta.

2.5.1. Observación directa.

(Bernal Torres, 2010), manifiesta: “La observación, como técnica de investigación científica, es un proceso rigurosos que permite conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir situaciones sobre la realidad”. (Pág. # 257).

La observación, en el sentido estricto, es una indagación que se realiza al objeto de estudio que responde al formato de acciones. Sus elementos principales son un observador, que es un espectador, y los acontecimientos observados, en este caso el proceso de producción.

En lo que concierne a su propósito profesional, la observación cumple con una función principal: obtener información de acontecimientos que se ocasionan en el proceso de la producción de prendas de vestir.

2.5.2. Entrevista.

(Michael R. Czinkota, 2008), manifiestan: “Las entrevistas pueden ser el medio más útil cuando se buscan respuestas específicas a preguntas muy limitadas.

La **Entrevista** es un término que está vinculado al verbo **entrevistar** (la acción de desarrollar una charla con una o más personas con el objetivo de hablar sobre ciertos temas y con un **fin determinado**.

Antes de realizar una entrevista es necesario que se planteen ciertas metas, que tienen que ver con las funciones que dicha entrevista cumplirá para la comunidad que va a recibirla. De acuerdo al entorno de dicha comunidad podrán realizarse unas u otras preguntas”. (Pág. # 258).

La entrevista consiste en un diálogo con las personas involucradas con el propósito de obtener información verídica, en éste caso se realizó entrevistas, a los ingenieros industriales, con el fin de conocer sus criterios con respecto al desarrollo de la costura artesanal y la implementación de tecnologías para la institución, su función, la opinión como profesionales sobre la forma como se encuentran implantada, sus fortalezas y debilidades, y demás temas relacionados al mejoramiento de la Institución.

2.5.3. Encuesta.

(Bernal Torres, 2010), dice: “La encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usada, a pesar que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o

conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas”. (Pág. # 194).

Las encuestas se les realizan a grupos de personas con características similares de las cuales se desea obtener información, por ejemplo, se realizan encuestas al público objetivo, a los clientes de la empresa, al personal de la empresa, etc.; dicho grupo de personas se les conoce como población o universo.

En la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar se realizaron encuestas dirigidas a las socias, con la finalidad de obtener la información relevante para determinar, formación sobre variedad de ropas, dedicación, etc. Las encuestas también se aplicaron a la población económicamente activa de la comuna Palmar con la finalidad de conocer la opinión sobre la diversificación de prendas de vestir.

2.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Los instrumentos son los mecanismos que se utilizan para llevar a cabo dicha investigación, tales como el cuestionario, fotos y guías.

Estos instrumentos facilitan el proceso de investigación y ayuda al investigador a registrar todos los sucesos durante el proceso investigativo del objeto de estudio. Así manifiestan Urbano Claudio, Yuni José (2006): “El instrumento es el mecanismo o dispositivo que utiliza el investigador para generar la información. Estos instrumentos pueden ser aparatos de carácter mecánico, los formularios de un cuestionario, una guía de observación estructurada, una cámara de video, etc.”. (Pág. # 30).

Los instrumentos utilizados en la presente investigación están de acuerdo a las técnicas utilizadas, en éste caso se utilizaron las encuestas y entrevistas, y cada una tiene su instrumento de investigación aplicado durante el proceso en la Asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar, y que constituyen los siguientes:

- ✚ Guía de Observación.
- ✚ Guías de entrevistas.
- ✚ Cuestionarios.

Guía de Observación.

(Bernal Torres, 2010), manifiesta: “Igual que con las técnicas mencionadas para el proceso de observación no hay un modelo o una guía únicos por seguir en la recopilación en la recolección de la información en investigación científica”. (Pág. # 257).

Para esta herramienta de información se realizó una escala de puntuación que se iba realizando de acuerdo al cumplimiento, esto permito hacer un sin número de descripciones en el área de producción de las prendas de vestir.

Guía de entrevista.

De acuerdo con Miles & Huberman citados por Soria (2002), “En los casos de estudio las guías de entrevistas suelen ser generadas particularmente para cada caso dependiendo de las características situacionales de cada uno. Es importante destacar que esta herramienta es práctica tanto para el área de la costura artesanal como en la tecnología; así como en entrevistas que se lleven a cabo para recolectar información que será útil en el análisis de procesos para identificar información para la elaboración de estrategias

Cuestionario.

(Bernal Torres, 2010), dice: Es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación”. (Pág. 250).

Para la presente investigación se realizó el tipo de preguntas abiertas y cerradas para facilitar el cuestionario, pues de esta manera se proporciona una lista de opciones (tipo Likert) a las personas para que elijan la respuesta adecuada y acorde a las necesidades.

La Escala de Tipo Likert.

Es una escala psicométrica utilizada en cuestionarios, y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación. Cuando respondemos a un elemento de cuestionario elaborado con la técnica de Likert, lo hacemos especificando el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración (elemento, ítem o reactivo).

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1. Población.

(Bernal Torres, 2010), dice: “La población es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”. (Pág. # 160).

La investigación planteada se realizará con la participación de expertos en el tema como las modistas artesanales que ya tienen su profesión dentro de la comunidad, las socias de la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar y la población económicamente activa de la misma comunidad.

La población total del presente trabajo de investigación estará conformado por 3024 personas como se ve reflejado el siguiente cuadro, que involucra a todas las costureras artesanales que habitan en la comuna Palmar y clientes que se encuentran en el sector.

CUADRO N° 5 Población Comuna Palmar

ELEMENTOS	CANTIDAD
Modista Artesanales	22
Cientes población personas adultas de la comuna Palmar	3000
Presidenta del gremio de modistas	1
Presidenta de la sociedad de artesanos	1
TOTAL	3024

2.7.2. Muestra.

(Bernal Torres, 2010), describe: “La muestra es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuaran la medición y la observación de las variables objeto de estudio”. (Pág. # 161).

Para la presente investigación de estrategias asociativas tecnológicas para la Asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar, se realizará el tipo de muestreo probabilístico, en este caso muestreo sistemático, ya que se determina por las características de la investigación y se cumplen con los mismos criterios requeridos ya que son números de personas (Población Económicamente Activa), y una muestra pequeña de todos los socios. El tamaño de la muestra para las estrategias asociativas tecnológicas para la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar, se haya determinada de la siguiente manera, para su mayor entendimiento:

- Existen personas responsables que son las 20 socias que conforman la Asociación de modistas artesanales de la común Palmar
- La población de la asociación de modista artesanales de la comuna Palmar, se determina bajo el muestreo sistemático 3024 personas, que conforman, lo que quiere demostrar que el tamaño de muestra constituyen 341 informantes que es un segmento muy significativo ya que representa una parte fundamental en la Institución y para el proceso de desarrollo del trabajo de titulación.

Para efectos de cálculo de “n” mediante la fórmula se obtuvo:

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

n = Tamaño de muestra	341
Z = Nivel de confiabilidad	3 ²
P = Probabilidad de éxito	0,95
Q = Probabilidad de fracaso	0,05
N = Población	3024
e = Margen de error	0,05

$n = \frac{3000 (1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (3000 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$
$n = \frac{2881,20}{8,46}$
$n = 341$

CUADRO N° 6 Muestra Comuna Palmar

ELEMENTOS	Ni
Modista Artesanales	22
Cientes población personas adultas de la comuna Palmar	341
Presidenta del gremio de modistas	1
Presidenta de la sociedad de artesanos	1
TOTAL	365

Determinamos entonces mediante los diferentes tipos de muestreo y la formula aplicada que el tamaño de la muestra es de 365 personas, los mismos que están clasificados de la siguiente manera:

- a). 24 Entrevistas, y,
- b). 341 Encuestas

2.8.Procedimientos y procesamiento de los datos.

Procedimientos.

Son conjunto de descripciones necesarias para desarrollar una actividad relacionada a un proceso, y que cambia de acuerdo a los tipos de resultados esperados.

Un procedimiento es un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma. Procedimiento es una serie de pasos que rigen la ejecución de una instrucción, un proceso es un conjunto de operaciones o instrucciones que llevan a un fin que se está repitiendo. Por lo general los procedimientos se llevan a cabo para concretar los procesos.

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

- ✚ Búsqueda de la Información.
- ✚ Elaboración de Problema.
- ✚ Formulación del Problema.
- ✚ Planteamiento de la Justificación.
- ✚ Elaboración del Marco Teórico.
- ✚ Formulación de la Metodología.
- ✚ Elaboración del Instrumento de Investigación.
- ✚ Gestión y apoyo Institucional.
- ✚ Aplicación de Instrumentos.
- ✚ Recolección de Datos.

Los procesos que se desarrollaron en la presente investigación, se realizó analizando un conjunto de estrategias, técnicas y análisis que lograron llevar a cabo la investigación, que provoca un fácil entendimiento, y permite comprender los datos determinando por sí mismo la validez y confiabilidad de las conclusiones y recomendaciones presentadas.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA FICHA DE OBSERVACIÓN.

Se aplicó la ficha de observación que se encuentra en el anexo número 16 .pág. 206 Y se realizó el siguiente análisis:

La observación es no solamente una de las actividades más constantes y cotidianas; es una herramienta fundamental de indagación, en la cual se ha podido verificar la ocupación de muchas mujeres de la localidad en un trabajo artesanal, en este caso la confección de prendas de vestir.

Mediante esta técnica se ha observado el objeto de estudio, la actividad de la costura, del cual se originó el plan para el proceso asociativo de las mujeres modistas de la comuna Palmar, desarrollando así de los elementos destacados en el análisis, las estrategias que se necesitan para llevar la aplicación de este, y según el comportamiento de las intervinientes se ha optado por las mejores maneras para llegar a involucrarlas con el proyecto.

- ✚ Según la ficha se pudo constatar que dentro de los aspectos acerca de la observación se obtuvo un buen repunte puesto que todas la microempresarias están de acuerdo en asociarse, mantienen un don en la elaboración de las prendas de vestir y esperan que las personas que estén al mando de la asociación la dirijan para el bienestar de todas
- ✚ Acerca de la capacitación, todas desean capacitarse para llevar a cabo este proyecto asociativo para obtener beneficios.

✚ Acerca de los beneficios que ella tendrán implican financiamiento, la reducción de costos y la obtención de utilidades.

✚ Mejorar la producción y comercialización de sus productos.

Se otorgó un porcentaje de bueno, regular y malo en los aspectos de la observación en donde se concluye que ninguno de estos aspectos arrojó resultados negativos, todas las involucradas en el tema están de acuerdo e incluso cuentan con el apoyo del presidente de la comuna Palmar el Sr. Carlos Parrales.

Análisis de los resultados de la Entrevista.

Informe de Entrevista

Lugar: comuna Palmar

Entrevistador: Julie Cucalón Gonzabay

Fecha: febrero del 2014

Las entrevistadas son mujeres que conocen y ejercen el oficio de corte y confección en la comuna Palmar. Cuyas entrevistas se han realizado en casa de cada una de ellas, lugar donde desarrollan sus actividades.

1.- ¿Cómo surgió su pasión por la costura, y como adquirió los conocimientos de confección?

Ellas afirman que siempre les llamo la atención la moda y todo lo relacionado con ella, el ejemplo de muchas era alguna persona en particular de su familia, sea esta madre, Hermana, o tía, Algunas de sus respuestas fueron las siguientes:

TABLA N° 1 Adquirir Conocimientos

	FRECUENCIA
Estudio en la academia	16
Le gusta la costura	7
Cursos en la comunidad	2
TOTAL	25

Fuente: Datos de la entrevista
Elaborado por: Julie Cucalón

2.- ¿Cuánto tiempo lleva dedicándose a la costura artesanal?

Las modistas llevan muchos años en el oficio en la costura; unas desde muy jóvenes y otras que recién hace algunos años emprendieron con este oficio artesanal, estas damas han dado su tiempo y dedicación a esta ardua tarea. Según las entrevistadas, se obtuvo el rango del tiempo promedio que estas personas llevan ejerciendo la costura artesanal:

TABLA N° 2 Tiempo en Actividad

	FRECUENCIA
de 35 a 45 años	21
de 25 a 35 años	21
de 15 a 25 años	3
TOTAL	45

Fuente: Tiempo en Actividad
Elaborado por: Julie Cucalón

3.- ¿Cuál es el tipo de maquinarias que utiliza al momento de coser?

Las maquinarias que están mujeres artesanales utilizan usualmente son las de costura recta y zigzag, aunque si hay quienes manejan maquinas industriales para poder laborar ya sea para uso personal como profesional y así de esta manera ellas pueden elaborar las prendas de vestir para los clientes.

TABLA N° 3 Tipos de Maquinarias

	FRECUENCIA
Costura recta	12
Zigzag	10
Bordado	9
Maquinas artesanales	8
Overlock	7
TOTAL	46

Fuente: Tipos de Maquinarias
Elaborado por: Julie Cucalón

4.- ¿En qué lugares a desarrollado su actividad?

La mayoría de las modistas artesanales han tenido experiencia laborar en participar en talleres de costuras estas han ejercido su oficio de manera industrial, mientras que las que laboran de forma artesanal (en cas) quisieran tener la oportunidad de hacerlo, formando parte de alguna asociación que les permita trabajar en conjunto. Algunas de las respuestas obtenidas fueron:

TABLA N° 4 Lugar de Actividad

FRECUENCIA	
Solo en casa	9
En talleres comunitarios	8
De manera artesanal	5
En talleres industriales	4
TOTAL	26

Fuente: Lugar de Actividad
Elaborado por: Julie Cucalón

5.- ¿Piensa usted que al innovar las prendas que confecciona, mejoraría su producción?

Las entrevistadas dieron a conocer que el punto clave seria, sacar nuevos diseños a la venta, para ser reconocidas como emprendedoras de la costura, ya que las personas se cautivan con algo nuevo, además les agradaría lucir una prenda diferente a las demás.

TABLA N° 5 Innovación de Prendas

FRECUENCIA	
Si, por que lo nuevo atrae	12
Si para ser emprendedora	9
Las personas siempre buscan algo nuevo	7
Es bueno innovar y crear algo nuevo	3
TOTAL	31

Fuente: Innovación de Prendas
Elaborado por: Julie Cucalón

6.- ¿Qué cambios ha observado en el oficio de las modistas artesanales a través del tiempo?

El oficio es ahora más industrializado, las personas compran la ropa ya lista para vestir al gusto de la misma. Desde el proceso de corte hasta la confección, son más rápidos, la tecnología ha contribuido tanto en maquinaria como en instrumento de corte, para cada proceso tiene una maquinaria industrial, lo que hace más fácil el trabajo.

Los cambios que observaron las modistas fueron:

TABLA N° 6 Cambios a través del tiempo

FRECUENCIA	
Superación personal	35
El trabajo en equipo y la dedicación	35
TOTAL	70

Fuente: Cambios a través del tiempo
Elaborado por: Julie Cucalón

7.- ¿Cuál es el futuro que ve en este trabajo?

Es un trabajo que se ha venido desarrollando desde muchos años, ya que las prendas de vestir cambian sus diseños y es imprescindible para muchas personas verse bien o vestirse bien, dijo una de las entrevistadas, en la actualidad la ropa se compra en los almacenes, se encuentran diversidad de colores y diseños tanto como el ámbito laboral como para la vida diaria. Las modistas respondieron así:

TABLA N° 7 Futuro en su Trabajo

FRECUENCIA	
Las modistas creen sus propios diseños	27
Crean su propia marca	12
Creer profesionalmente	6
TOTAL	45

Fuente: Futuro en su Trabajo
Elaborado por: Julie Cucalón

8.- ¿usted se considera una persona emprendedora en su profesión?

Todas estas mujeres artesanales son emprendedoras, algunas tal vez con más dificultad que otras, pero de igual manera buscan en esta actividad obtener beneficio o algún ingreso para su familia, a pesar de las circunstancias estas mujeres se consideran emprendedoras por que aspiran alcanzar logros, y enseñar a quienes estén dispuestas a aprender. Las mujeres emprendedoras respondieron lo siguiente:

TABLA N° 8 Se Considera Emprendedora

FRECUENCIA	
Claro soy el apoyo de mi familia	36
Desde luego soy emprendedora	18
Sí, quiero salir adelante	12
TOTAL	66

Fuente: Considera Emprendedora
Elaborado por: Julie Cucalón

9.- ¿considera usted importante la conformación de la asociación para mejorar la producción de sus prendas de vestir?

Las entrevistadas en su totalidad concuerdan con que si es importante ya que mejoraría drásticamente su producción ya que serían reconocidos por un nombre (el de la asociación) y les daría más cavidad en el mercado laborar además de eso reducirían costos en materia prima y mano de obra. Las entrevistadas respondieron lo siguiente:

TABLA N° 9 Es Importante la Conformación de la Asociación

FRECUENCIA	
Si por que mejoraría su producción	14
Me gustaría ser parte de la asociación	5
Les daría más cavidad en el mercado	1
TOTAL	20

Fuente: Es Importante la Conformación de la Asociación
Elaborado por: Julie Cucalón

10.- ¿Si tuviera la oportunidad de trabajar en equipos con otras modistas los haría?

Aunque ellas están dispuestas a trabajar en conjunto con demás modistas artesanales, también ven dificultades que podrían darse, por lo que se debe poner mayor atención para saber contrarrestar ciertas animalias que se puedan presentar, como por ejemplo el recibir menor remuneración al tener que repartir las ganancias con las demás compañeras de labores. Se dieron las respuestas siguientes:

TABLA N° 10 Le Gustaría trabajar con las modistas

	FRECUENCIA
Sería algo bueno	12
Claro que si	11
Si me gustaría	7
TOTAL	30

Fuente: Le Gustaría trabajar con las modistas

Elaborado por: Julie Cucalón

11.- ¿Qué considera usted que se deba tener en cuenta para trabajar de manera conjunta entre modistas artesanales?

Las entrevistadas dijeron que la comunicación es lo primordial, compartir ideas para mejorar la producción, y el trabajo en equipo. Entre ellas debe ser claro cuál es el proceso a seguir de cada prenda de vestir y así obtener de esta una prenda de calidad y con un buen acabado. Es muy importante considerar ciertos aspectos, para trabajar en equipo:

TABLA N° 11 Aspectos para trabajar en equipo

	FRECUENCIA
La economía	11
Quedar bien con otras	8
El amor y la dedicación	2
TOTAL	21

Fuente: Aspectos para trabajar en equipo

Elaborado por: Julie Cucalón

12.- ¿Qué destacaría de su labor como modista?

Lo que estas modistas destacan al momento de elaborar las prendas de vestir es el amor y la dedicación que cada una le ponga al trabajo, además este requiere de mucho trabajo y esmero para que las prendas tengan un buen acabado y un buen diseño.

Ellas tienen sus aspectos determinantes como:

TABLA N° 12 Que destacaría su labor como modistas

	FRECUENCIA
La buena atención	11
Quedar bien con los pedidos	8
atención al cliente	2
TOTAL	21

Fuente: Que destacaría su labor como modistas
Elaborado por: Julie Cucalón

13.- ¿Sería conveniente crear una asociación de modistas artesanales en la comuna Palmar?

Sería bueno que en la comuna se creara una asociación ya que generaría ingresos para las mujeres interesadas en la costura. A la vez sería de ayuda en su economía ya que a medida que pasa el tiempo los costos de alimentación incrementan.

Con respecto en la creación de esta asociación, las modistas manifestaron los siguientes:

TABLA N° 13 Que destacaría su labor como modistas

	FRECUENCIA
Sería algo bueno	12
Claro que si	11
Si me gustaría	7
TOTAL	30

Fuente: Que destacaría su labor como modistas
Elaborado por: Julie Cucalón

14.- ¿Estaría de acuerdo en colaborar con la asociación si se llevara a cabo?

Las entrevistadas confirmaron que en caso de llevarse a cabo esta sociedad si colaborarían con ella, pues es un proyecto factible para la comunidad, ya que además de dar trabajo mejoraría el ingreso económico de muchas familias que la necesitan en este sector. Ellas afirmaron estar de acuerdo, y participar en la asociación:

TABLA N° 14 Colaboraría con la asociación.

COLABORARÍA CON LA ASOCIACIÓN	FRECUENCIA
Si porque es un proyecto factible	27
Desde luego es una ayuda para la comunidad	19
Si, pues mejoraría el ingreso económico	12
TOTAL	58

Fuente: 14 Colaboraría con la asociación
Elaborado por: Julie Cucalón

15.- ¿con respecto a la costura artesanal, que recomendaría a quienes al igual que usted se encuentran ejerciendo esta actividad?

Si las modistas tienen la oportunidad de emprender al crear esta asociación, deberían aprovecharlo puesto que, no solo mejoraría su nivel de profesión si no que a la vez mejoraría su producción, también pueden intercambiar ideas con sus demás compañeras y elaborarían prendas innovadoras y de buena calidad.

Las recomendaciones que dieron Son:

- 🚩 Que sigan ejerciendo su profesión, y si existe alguna posibilidad de participar en una asociación que no la desaprovechen, pues ayudaría a crecer profesionalmente

- ✚ Hacer lo posible para que el cliente se sienta satisfecho con su trabajo, por que como dicen, el cliente siempre tiene la razón
- ✚ Que pongamos mucho amor al momento de elaborar las prendas de vestir para que estas tengan un buen acabado y sepan que son de buena calidad.
- ✚ Que nos ayudemos entre sí, para que exista un dialogo entre todas nosotras, y aso no perder la comunicación
- ✚ Ser innovadoras y creativas para que nuestros diseños sean únicos
- ✚ Nunca dejar de ser mujeres emprendedoras, porque eso es lo que nos destaca de las demás personas.
- ✚ Ponerle lucha dedicación a nuestro trabajo para que todo salga bien
- ✚ Conocer bien a nuestro cliente para poder satisfacer a cabalidad su necesidad de vestir bien
- ✚ Que no solo las mujeres de cierta edad se dediquen al corte y confección, sino también las señoritas que están emprendiendo esta carrera lo realicen, porque ellas son el futuro de la comunidad y son quienes tienen aún más posibilidades de diseñar con más imaginación.

3.1.1. Análisis.

Es evidente que en la comuna Palmar existen personas trabajadoras y con deseos de superación como es el caso de las modistas artesanales de la comunidad quienes trabajan elaborando prendas de vestir como sustento y ayuda para sus hogares, de la misma manera cabe recalcar que dentro de esta comunidad existen autoridades que están dispuestos a ayudar en todo lo que este a su alcance.

La influencia de estas personas es de mucha ayuda ya que brindan un equilibrio que toda microempresaria necesita e indudablemente las mismas quedarían agradecidas en caso de que estas necesiten su ayuda.

Mediante el análisis que se realizó se determinó que las estrategias de producción ayudaran a la mejor elaboración de las prendas de vestir, las modistas artesanales supieron manifestar que al implementar las estrategias de producción mejorarían su calidad ya que incrementarían la demanda de confección.

De la misma manera cabe recalcar que la falta de maquinarias industriales afectan a la elaboración de las mismas pues estas son las herramientas necesarias que se utiliza para la distribución y que a la vez ayudaría la reducción de costos y a la reducción de la materia prima, con todo lo mencionado podemos decir que al implementar el plan de asociatividad las modistas no solo mejorarían la producción sino que también aprenderían a mejorar su diseños y la calidad de la prendas.

3.1.2. Conclusión.

Fue factible la entrevista realizada a las modistas pues se obtuvo certera información de la cual se hizo uso para fortalecer el trabajo investigativo. Ellas definen la asociación como una oportunidad de trabajo para el bienestar de estas familias, aparte de eso expresaron que es un medio de sustento económico para ayudar a la economía de su hogar.

Queda entendido que existe una mayor demanda de mujeres emprendedoras que quieren desempeñar alguna actividad económica que les genere rentabilidad, y les permita reducir costos; una buena opción sería crear la asociación de esa manera podrían laborar en equipo y sentirse útiles y saber que no se valen de nadie y que serían como un buen pilar fundamental para sus hogares, también les permitiría descubrir sus habilidades y destrezas como verdaderas microempresarias pues han

sido capacitadas para ejercer esta actividad que sido acogida dentro de esta comunidad.

Son emprendedoras y generadoras de ideas innovadoras además tienen empuje suficiente para sacar adelante a sus familias.

Son madres hijas y esposas son mujeres que están emprendiendo un negocio para salir adelante, son inteligente están transformado el entorno, pues con la propuesta que se les brinde tendrán una mejor orientación para que puedan ejercer su actividad.

3.2. Análisis de los resultados de la encuestas.

Encuestas aplicadas a los posibles clientes.

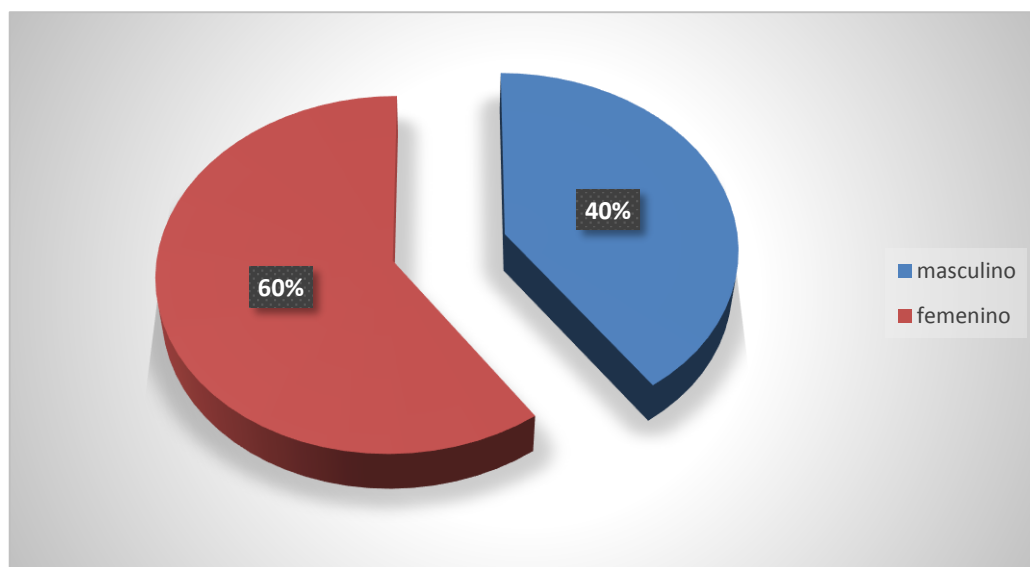
TABLA N° 15 Género.

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
1	Masculino	137	40%
	Femenino	204	60%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Género.

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 1 Género.



Fuente: Género.

Elaborado por: Julie Cucalón

De los resultados de las encuestas, que se aplicaron hay un porcentaje mayor de personas femeninas que masculinas estas son personas que están dispuestas a comprar las prendas de vestir de las modistas artesanales de la comuna Palmar, son personas interesadas en conocer sobre la asociatividad y sobre los productos que estas ofrecerán al mercado.

Edad

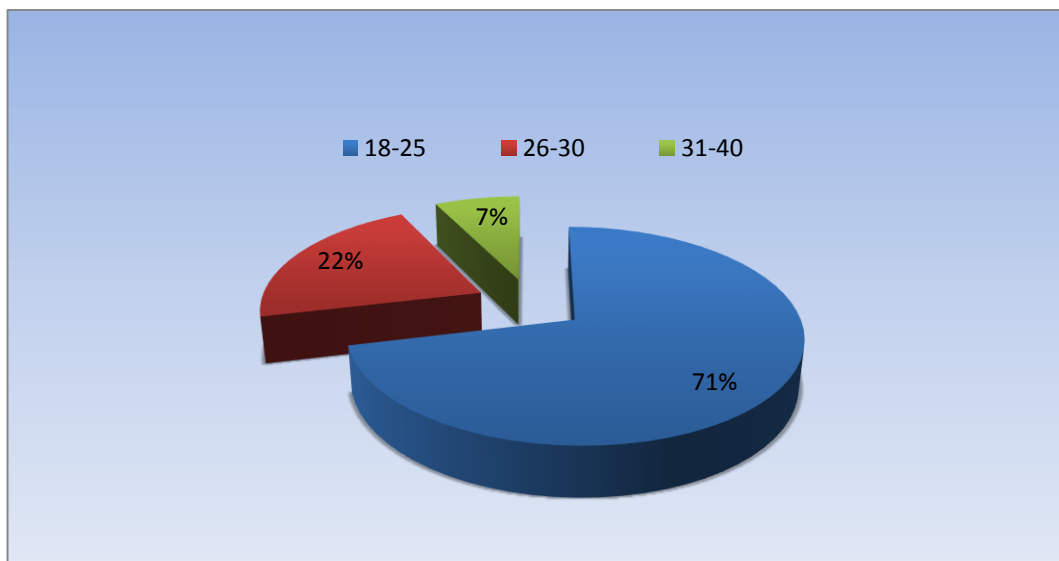
TABLA N° 16 Edad.

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
2	18-25	243	71%
	26-30	73	21%
	31-40	25	7%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Edad

Elaborado por: Julie Cucalón gonzabay

GRAFICO N°2 Edad



Fuente: Edad

Elaborado por: Julie Cucalón

La edad de las personas que encuestamos varían entre jóvenes y adultas, existe un porcentaje mayor de personas que estarían dispuestas a comprar estas prendas, y un porcentaje menor de jóvenes que también comprarían las prendas ya que son jóvenes y les gusta la innovación los colores y la moda.

¿Usted ha comprado prendas de vestir a las artesanas de la comunidad?

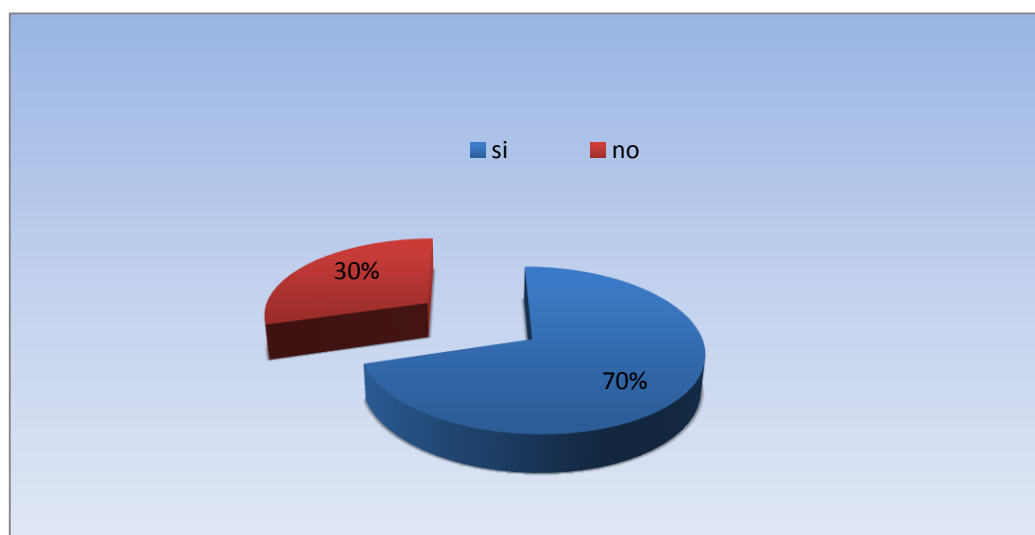
TABLA N° 17 Compra de las prendas de vestir.

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
3	si	240	70%
	No	101	30%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Compra de las prendas de vestir

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 3 Compra de las prendas de vestir



Fuente: Compra de las prendas de vestir

Elaborado por: Julie Cucalón

De las personas encuestadas que mencionaron haber comprado las prendas de vestir que ofrecen las modistas artesanales de la comuna Palmar un porcentaje mayor que equivale a doscientos cuarenta personas dijeron que si conocen y que han comprado los productos de estas personas y el porcentaje menor que equivale a ciento un personas dijeron, no haber comprado las prendas de vestir que estas personas ofrecen, este porcentaje de encuestado mencionaron varia alternativas por los cuales no han comprado las prendas de vestir, una de las más mencionadas en que no conocían el lugar en donde estas personas confeccionan sus productos.

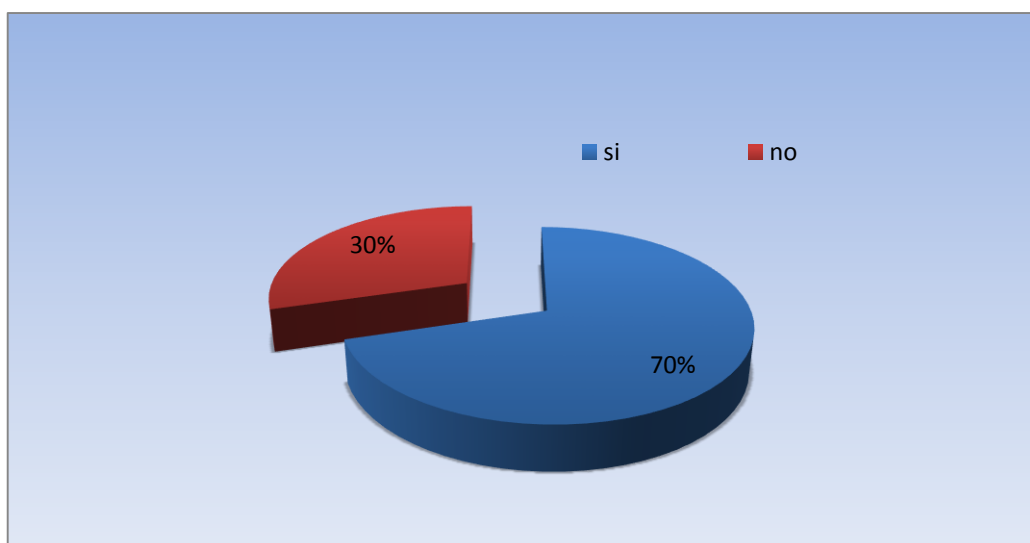
¿Sabía usted que las modistas artesanales confeccionan las prendas de vestir en sus domicilios?

TABLA N° 18: Ubicación de los talleres de confección

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
4	Si	240	70%
	No	101	30%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Ubicación de los talleres de confección
Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 4 Ubicación de los talleres de confección



Fuente: Ubicación de los talleres de confección
Elaborado por: Julie Cucalón

El resultado de estas encuestas tienen relación con la anterior ya que de las personas encuestadas un porcentaje mayor de persona mencionaron que si conocían los lugares en donde estas personas confeccionan sus prendas de vestir y un porcentaje menor personas mencionaron que no conocen el lugar ni domicilio es por ese motivo que no compran sus productos como ya lo mencionamos en el cuadro anterior.

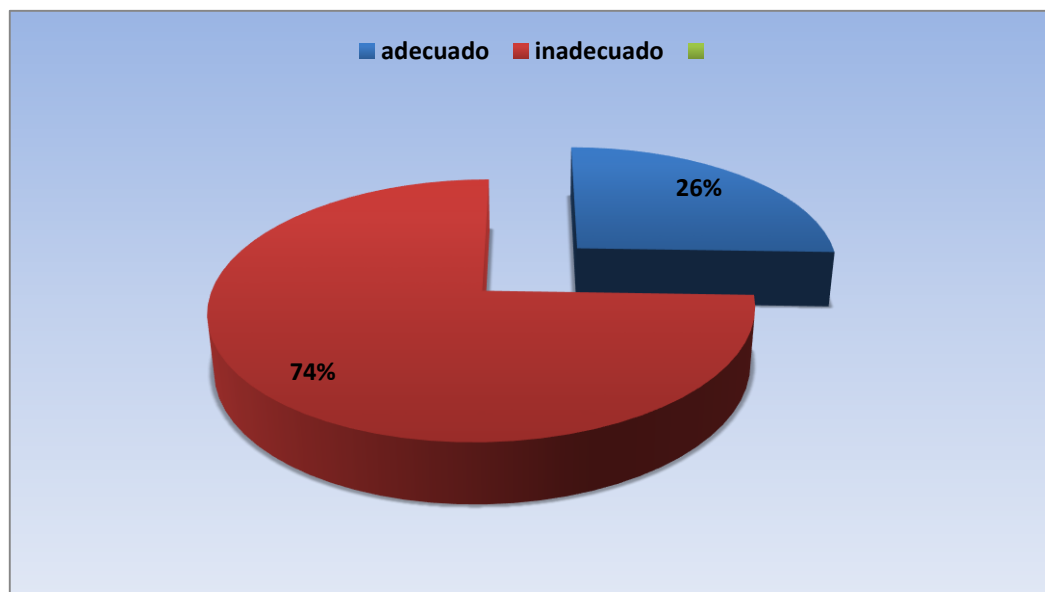
¿Cree usted conveniente que las modistas artesanales confeccionen las prendas de vestir dentro de sus domicilios?

TABLA N° 19 Evaluación del lugar

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
5	Adecuado	87	26%
	Inadecuado	254	74%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Evaluación del lugar
Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 5 Evaluación del lugar



Fuente: Evaluación del lugar
Elaborado por: Julie Cucalón

Del porcentaje total de los encuestado personas el porcentaje mínimo de personas dijeron que si están en un lugar adecuado mientras que el porcentaje mayor de personas dijeron que están en un lugar inadecuado por que como ya se mencionó en el recuadro 5 y 6 no todas la personas conocen el lugar donde laboran las prendas entonces se les complica conocer los beneficios que estas personas ofrecen.

¿Qué le parecen los productos que le ofrecen las modistas de la comuna palmar?

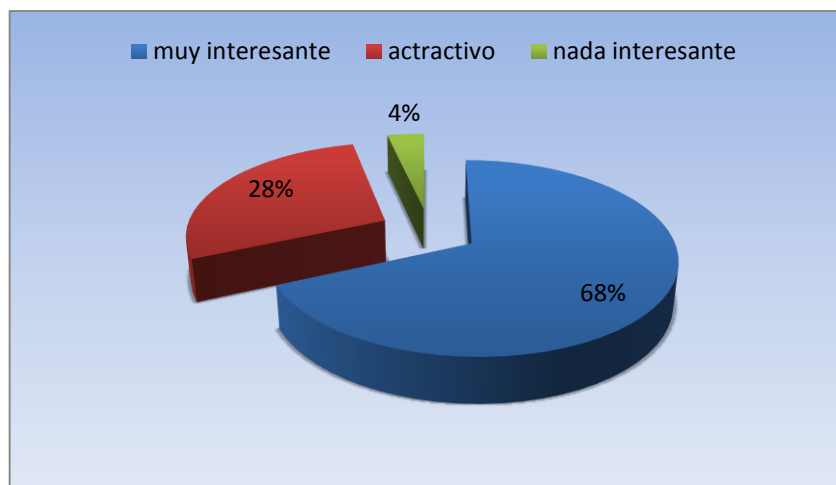
TABLA N° 20 Apreciación de las prendas de vestir que ofrecen estas modistas

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
6	muy interesante	233	68%
	Atractivo	96	28%
	nada interesante	12	4%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Apreciación de las prendas de vestir

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 6 Apreciación de las prendas de vestir



Fuente: Apreciación de las prendas de vestir

Elaborado por: Julie Cucalón

En cuanto a la apreciación de los productos que estas modistas ofrecen, les pareció muy interesante, dijeron que les parece mejor mandarse hacer prendas de vestir al gusto y a medida, que pasar tiempo comprando ropa que no le quede y que en muchos de los casos tienen que mandar a ajustar, un mínimo de personas dijeron que pareció atractivo ya que les llama la atención algo nuevo e innovador y pocas personas dijeron que no era nada interesante, quienes respondieron las preguntas fueron barones.

¿Al momento de comprar una prenda de vestir que considera importante?

TABLA N° 21 Atributo de los productos.

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
7	calidad	119	35%
	Diseño	87	26%
	Precio	135	40%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Atributo de los productos.

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 7 Atributo de los productos



Fuente: Atributo de los productos.

Elaborado por: Julie Cucalón

A criterio de las personas encuestadas en su totalidad de la comuna Palmar, el máximo de personas dijeron que consideran como factor importante la calidad del producto pues depende de la calidad de tela que usen para poder tener una buena prenda, pocas persona dijeron que es mejor el diseño porque este requiere de innovación y creatividad al momento de confeccionar y así este al agrado de toda la clientela y el mínimo de personas dijeron que consideran el precio por que muchas veces la ropa está muy cara y no está a su alcance, además que al crear la asociatividad reducirán costos y producción será más económica.

¿Cree usted que el precio de los productos sea accesibles?

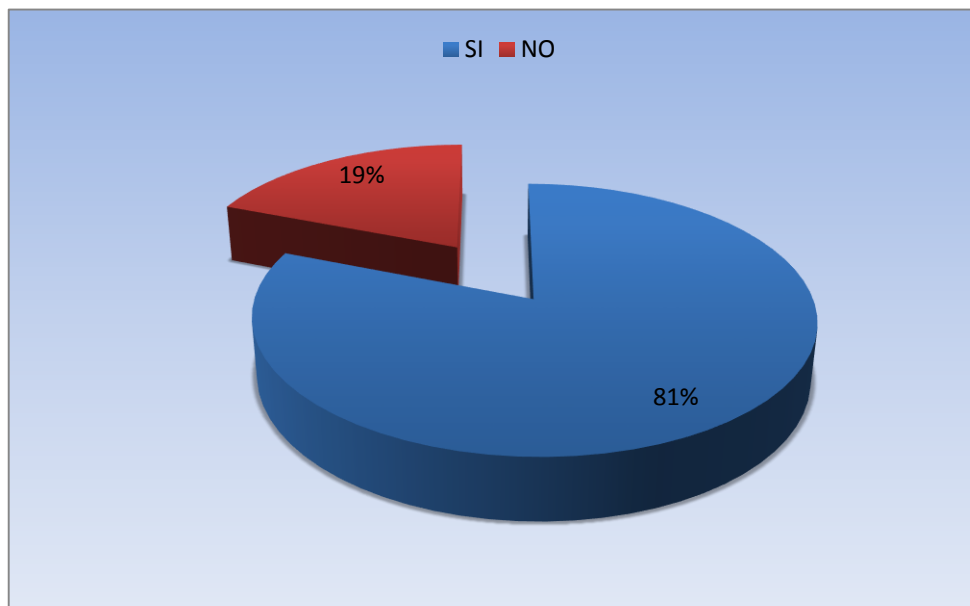
TABLA N° 22 Accesibilidad en los precios

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
8	Si	276	81%
	No	65	19%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Accesibilidad en los precios

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 8 Accesibilidad en los precios.



Fuente: Accesibilidad en los precios

Elaborado por: Julie Cucalón

Los resultados de esta interrogantes reflejan que un porcentaje elevado mencionan que los precios si son accesible porque están al alcance de todos y todas mientras que un porcentaje menor de personas dijeron que no, porque aún les parece un poco caro, como ya se mencionó en el recuadro anterior las personas creen que por la reducción de costos las prendas deberían ser más económicas.

¿Qué atención recibe usted por parte de las artesanas?

TABLA N° 23 Atención que recibe

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
9	muy buena	340	100%
	Mala	1	0%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Atención que recibe

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 9 Atención que recibe.



Fuente: Atención que recibe

Elaborado por: Julie Cucalón

El total de las personas encuestada dijeron que a pesar de que no cuentan con un lugar o local para confeccionar sus prendas ellas brindan buena atención al momento de coger algún pedido mientras que una persona encuestada que dijo que no porque para él no es adecuado recibir a la clientela en su casa además de que es incómodo ya que muchas veces tienen niños y les impide vender o tomar medidas.

¿Conque frecuencia compra usted sus prendas de vestir?

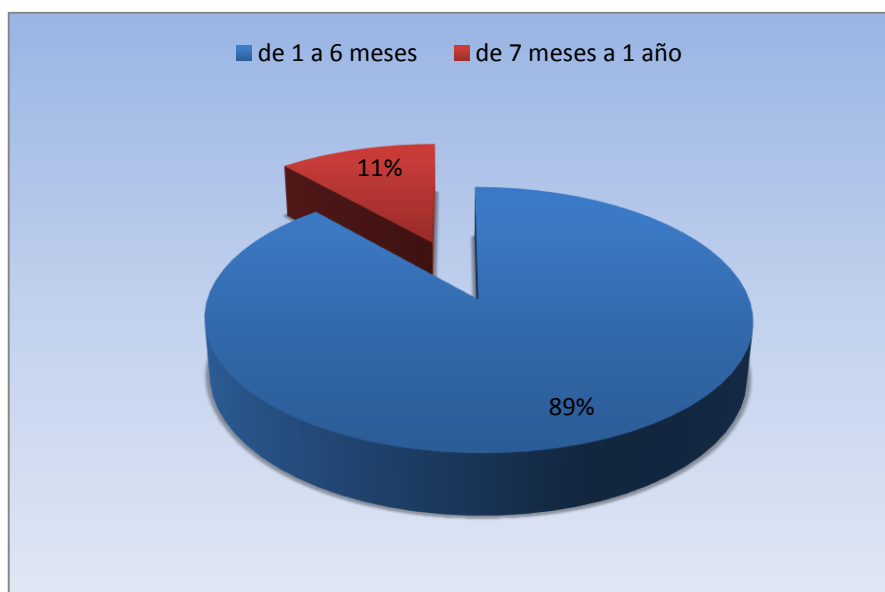
TABLA N° 24 Frecuencia de compras de artículos.

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
10	de 1 a 6 meses	302	89%
	de 7 meses a 1 año	39	11%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Frecuencia de compras de artículos

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 10 Frecuencia de compras de artículos



Fuente: Frecuencia de compras de artículos

Elaborado por: Julie Cucalón

El resultado que obtuvo esta pregunta fue que el máximo porcentaje que equivale a un número mayor de personas dijeron que su frecuencia de compras de las prendas de vestir es de 1 a 6 meses, ya que para estas fechas son las fiestas de la comunidad y las personas acostumbran a comprar prendas de vestir ya sea casual o deportiva y un número menor de personas dijeron que compran sus prendas de vestir de 7 meses a 1 año, también mencionaron solo compran para alguna festividad familiar o para navidad y fin de año.

¿Conoce usted otros lugares que ofrezcan el mismo servicio?

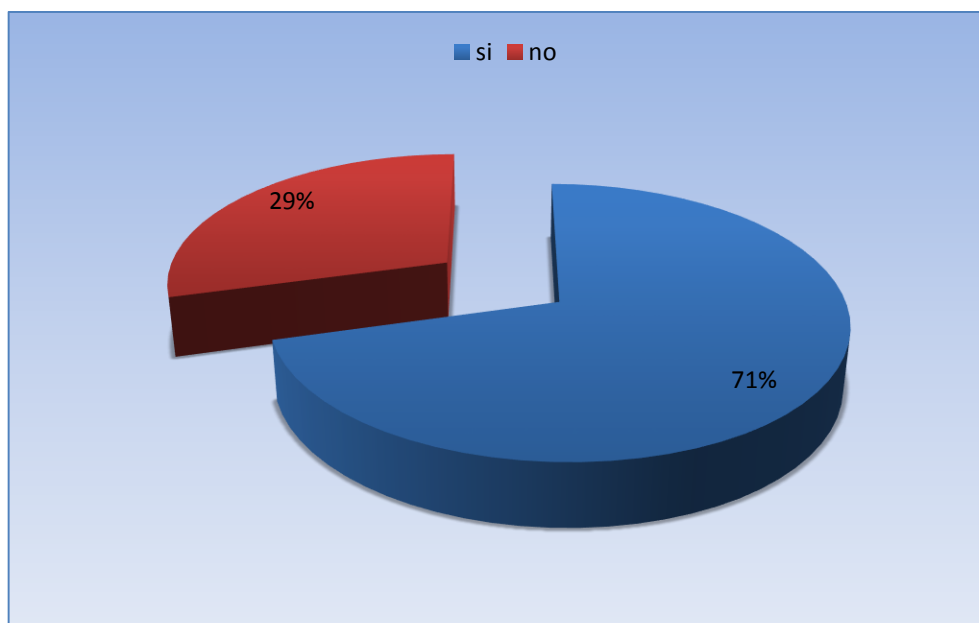
TABLA N° 25 Lugares con similares productos

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
11	Si	241	71%
	No	100	29%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Lugares con similares productos

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 11 Lugares con similares productos.



Fuente: Lugares con similares productos

Elaborado por: Julie Cucalón

De acuerdo a las preguntas las personas mencionaron el su mayoría que si conocen otros lugares que venden prendas de vestir con las mismas características en la elaboración de las prendas de vestir, mientras que un porcentaje menor de personas dijeron que no conocen lugares similares de la venta de prendas de vestir confeccionadas a medida en la comuna palmar.

¿Ha comprado prendas de vestir en otros lugares?

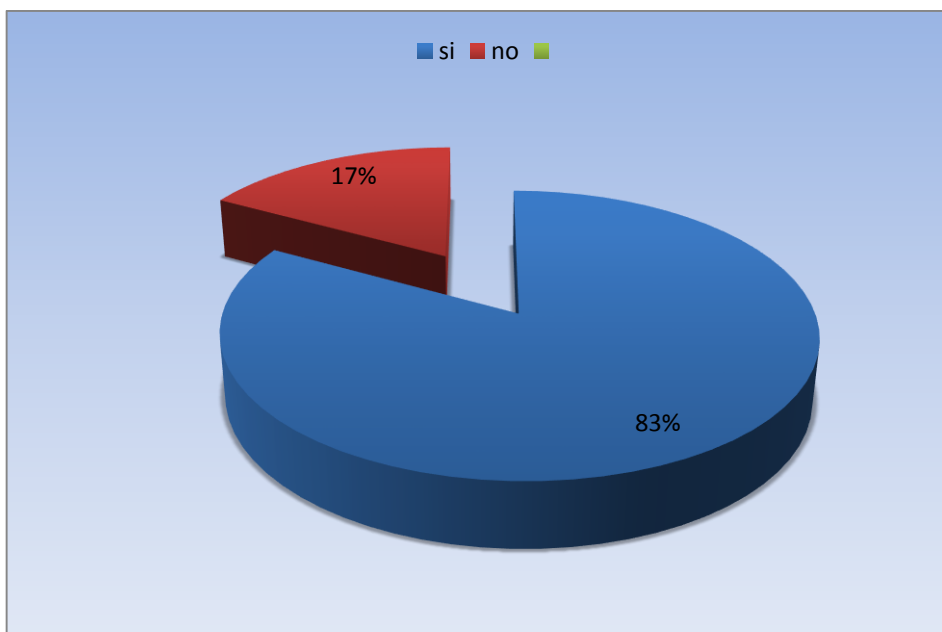
TABLA N° 26 Compra de productos similares

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
12	Si	283	83%
	No	58	17%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Compra de productos similares

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 12 Compra de productos similares



Fuente: Compra de productos similares

Elaborado por: Julie Cucalón

Las respuesta de esta pregunta tiene relación con el cuadro anterior ya que el mayor porcentaje que equivale a doscientas ochenta y tres personas que mencionaron si han comprado prendas de vestir en otros lugares, mucho más para las festividades de la comuna pues vienen de otros lugares y traen ropa económica, y un mínimo de personas dijeron que no porque prefieren comprar lo que sale de la comunidad misma.

¿En qué lugares adquiere usted sus prendas de vestir?

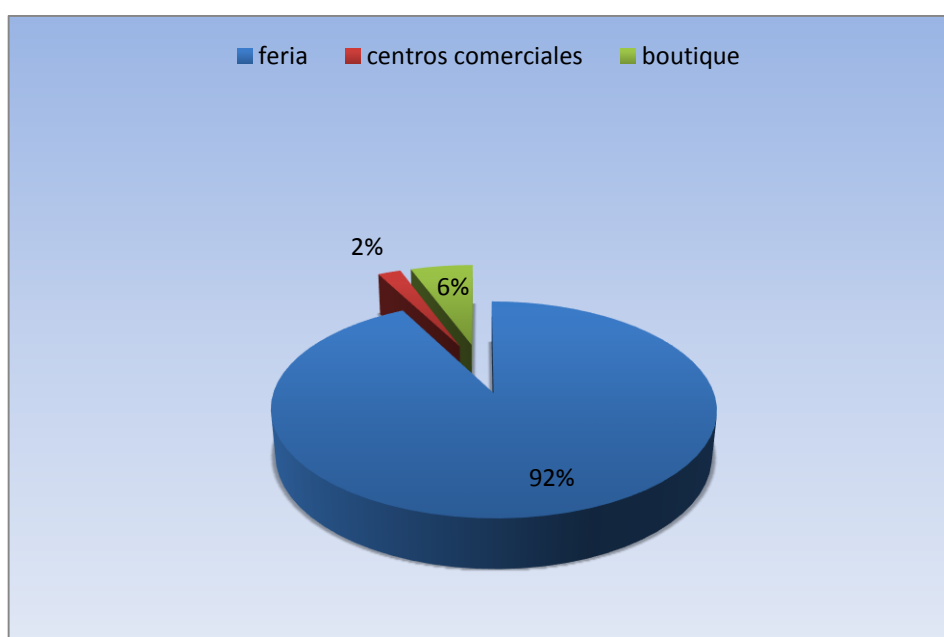
TABLA N° 27 Lugares donde ha adquirido cosas similares

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
13	feria	315	92%
	centros comerciales	7	2%
	Boutique	19	6%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Lugares donde ha adquirido cosas similares

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 13 Lugares donde ha adquirido cosas similares.



Fuente: Lugares donde ha adquirido cosas similares

Elaborado por: Julie Cucalón

Como ya se mencionó anteriormente la personas adquieren su prendas de vestir para las festividades de la comunidad o para fiestas familiares, de las personas encuestadas casi en su totalidad que equivale a treientos quince personas menciona que más compra en feria su prenda por el precio, el dos por ciento que equivale a dos personas dijeron que en centros comerciales, y el mínimo de personas dijeron que compran en boutique.

¿Tiene conocimientos del precio de las prendas de vestir que ofrecen las modistas de manera artesanal?

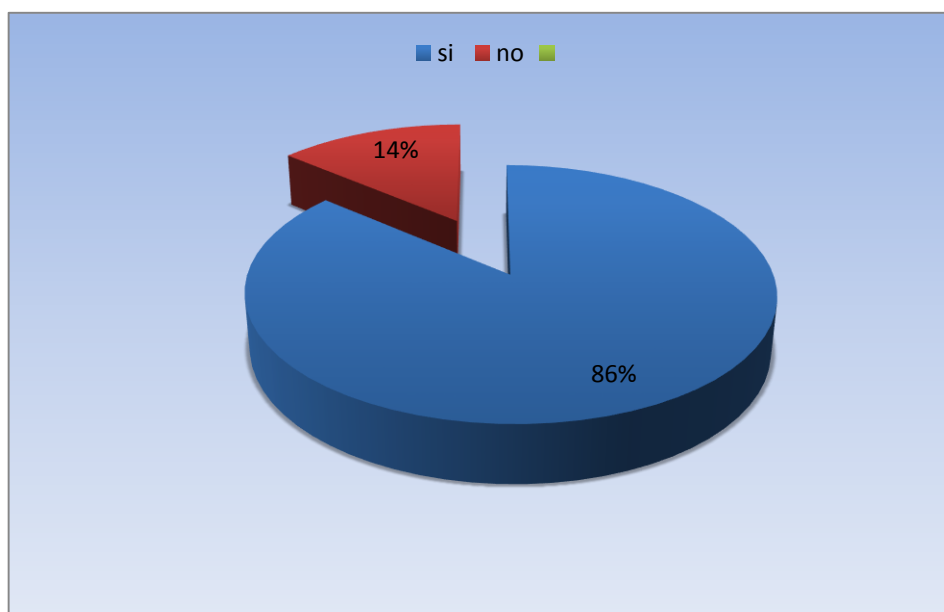
TABLA N° 28 Conocimiento de precio de las prendas de vestir.

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
14	si	294	86%
	No	47	14%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Conocimiento de precio de las prendas de vestir.

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 14 Conocimiento de precio de las prendas de vestir.



Fuente: Conocimiento de precio de las prendas de vestir.

Elaborado por: Julie Cucalón

El porcentaje de las personas encuestadas dio como resultado que la mayoría de las personas si tienen conocimiento del valor que tiene cada prenda de vestir que se vende de manera artesana y les parece bien ya que es más valioso lo que se produce dentro de nuestro propio sector que comprarlo de otro lado. Mientras que muy pocas personas mencionaron que no conocen el valor.

¿Le gustaría que las modistas de la comuna palmar conformen una asociatividad?

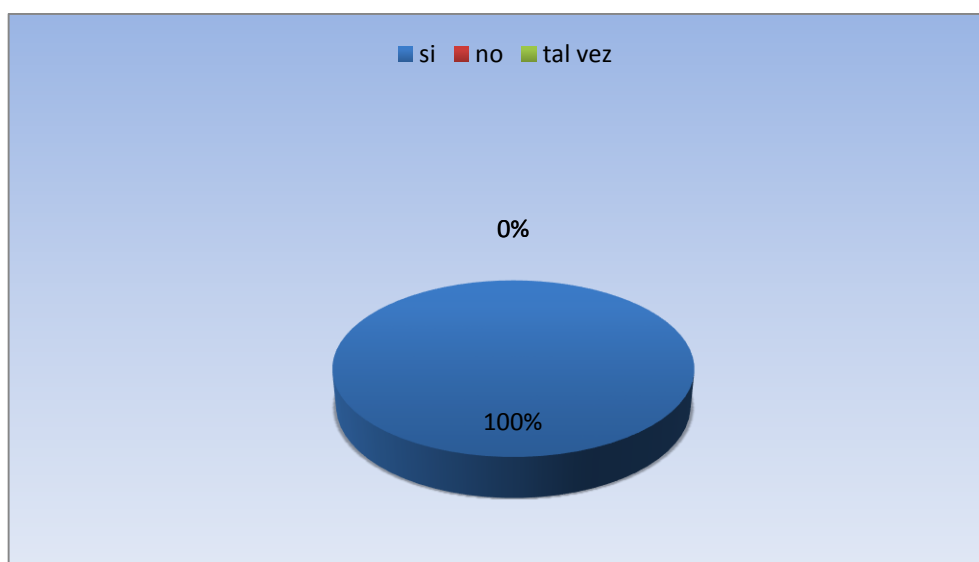
TABLA N° 29 Formación de asociación.

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
15	Si	341	100%
	No	0	0%
	tal vez	0	0%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Formación de asociación.

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 15 Formación de asociación.



Fuente: Formación de asociación.

Elaborado por: Julie Cucalón

El total de las personas dijeron que si les gustaría que las modistas artesanales formen una asociatividad en la comuna Palmar puesto que con ello obtendrían mayores beneficios o una buena rentabilidad económica. Además que crear una asociación les podría facilitar la salida de sus productos, compartir ideas, adquirir materia prima en mayores cantidades, acceder a un crédito que les permita la adquisición de activos fijos para formar una asociación de acuerdo a las necesidades del entorno, pues sin esta idea les hacía difícil acceder a estos beneficios.

¿Cree usted que al formar esta asociatividad mejorarían su estabilidad económica?

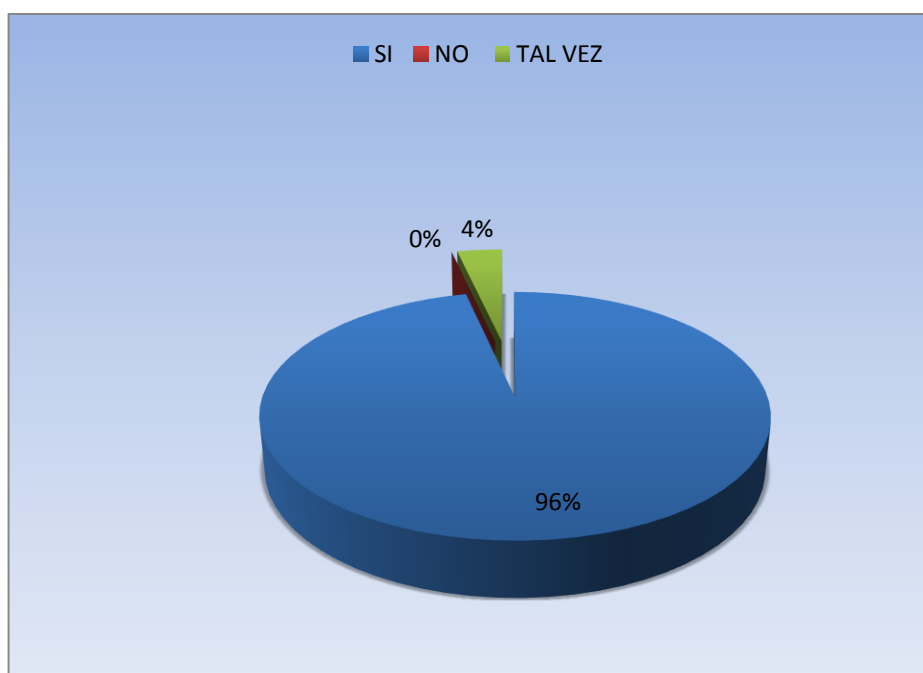
TABLA N° 30 Formar asociación

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
16	SI	329	96%
	NO	0	0%
	TAL VEZ	12	4%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Formar asociación

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N°16 Formar asociación



Fuente: Formar asociación

Elaborado por: Julie Cucalón

Con relación al cuadro anterior el total de personas encuestadas mencionaron que si mejoraría su estabilidad económica por que sería una fuente de trabajo para muchas de las artesanas de la comunidad a la vez sería una ayuda para ejercer su profesión, mientras que pocas personas dijeron que tal vez porque depende de ellas si quieren surgir como nuevas empresarias deben poner dedicación y esmero.

¿Compraría usted una prenda de vestir a las modistas artesanales de la comuna?

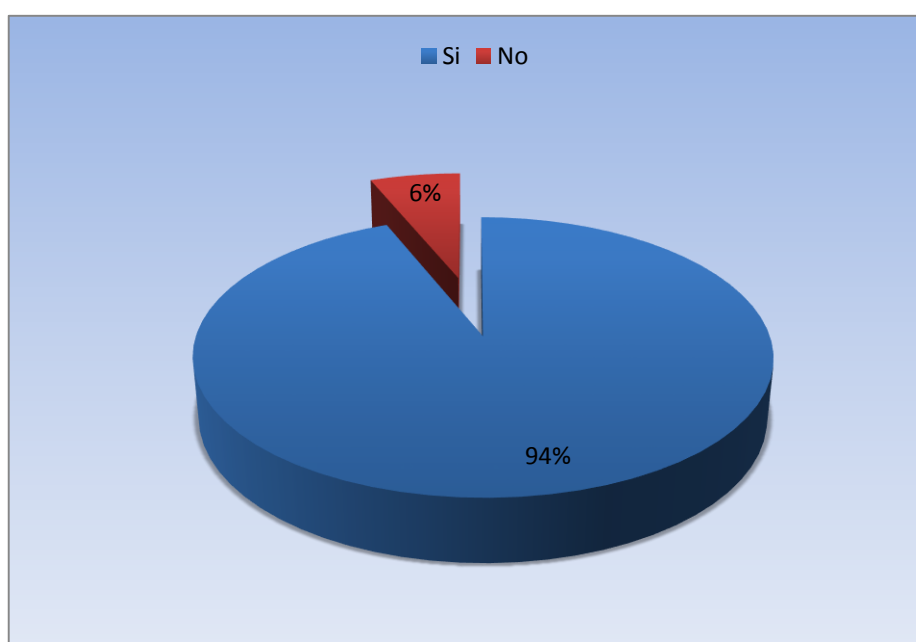
TABLA N° 31 Prendas de vestir ofrecidos por la asociación

N°	Alternativa	frecuencia	Porcentaje
17	Si	320	94%
	No	21	6%
	TOTAL	341	100%

Fuente: Prendas de vestir ofrecidos por la asociación

Elaborado por: Julie Cucalón

GRAFICO N° 17 Prendas de vestir ofrecidos por la asociación.



Fuente: Prendas de vestir ofrecidos por la asociación

Elaborado por: Julie Cucalón

De acuerdo a la encuesta realizada casi el total mencionaron que si compraría una prenda de vestir de las artesanas porque le harían al modelo y diseño que guste, además es propio de la comunidad y es una manera de fomentar la innovación y creatividad de nuestras artesanas, mientras que un mínimo de personas dijo que no porque no son conocidas y aún no sabe cuál es la calidad del producto que ellas van a ofrecer

3.3.CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos determinan que las estrategias de producción inciden de manera positiva puesto que los consumidores opinaron que al elaborar prendas de vestir con diseños innovadores y a medida de los clientes fortalecería la actividad artesanal, además mencionaron que la calidad sería un factor importante para mejorar su producción.

Se analizó que la falta de tecnología afecta en los procesos de producción a pesar de que las personas de la comuna Palmar mencionaron que adquiere las prendas de vestir de estas artesanas; un grupo dijo no comprar las prendas ya que no están interesadas en adquirirlas, además de que en el lugar en el que cada una de ellas laboran están en malas condiciones; las artesanas expresaron que las maquinarias que utilizan son básicas como las de costura recta, overlock, y zigzag.

La evaluación a los consumidores identificó factores que afectan la venta de las prendas de vestir, las personas encuestadas mencionaron que se encuentran en un lugar inadecuado pues confeccionan las prendas en su domicilio; un grupo de ellas juzgó que otros de los factores que afectan a las ventas es que no parece atractivo el lugar y el precio es más elevado puesto que compran la materia prima de manera individual, finalmente opinaron que no tienen accesibilidad a las prendas por que no conocen los lugares donde ella producen.

La influencia en la reducción de beneficios económicos se presenta negativa ya que existen factores relevantes que mencionan los clientes, como es la ubicación del lugar que resulta incómodo para los mismos, además, un porcentaje de modistas tienen bajo poder de negociación.

Se verificó y se comprobó la hipótesis del plan asociativo para las modistas artesanales de la comuna Palmar influye positivamente y que el total de las personas recomiendan la formalización de la asociación tanto que dice que mejoraría la rentabilidad económica además estarían dispuesto a adquirir las prendas de vestir.

3.4.RECOMENDACIONES

Finalmente se efectúan las siguientes recomendaciones sobre el producto tras culminar el análisis de las encuestas.

Se recomienda que las prendas de vestir sean de buena calidad y de diseños innovadores además de tener marca propia para que el comprador no dude de su calidad.

Para garantizar el producto las modistas artesanales deberán demostrar su capacidad de desempeño y creatividad en cada prenda de vestir que elaboren, y deben adquirir maquinarias industriales para mejorar su producción.

Escuchar las recomendaciones o exigencias de los posibles compradores sea por cuestiones de precio o calidad del producto.

Es recomendable que las modistas artesanales cuenten con una persona especializada en el manejo de la materia prima para que las capacite y así puedan reducir costos.

Deben producir calidad variedad y diseños exclusivos ya que si no hace esto ocasionara una reducción de clientes.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE LAS MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015

4.1. PRESENTACIÓN.

En este capítulo se propone la ejecución de un plan de asociatividad, para lo cual se realizó un análisis de la situación actual de las modistas artesanales de la comuna Palmar, y nos demuestra la necesidad de elaborar estrategias para mejorar las condiciones productivas, económicas, competitivas y por ende el estilo de vida de este sector.

Entendiéndose en este trabajo por estrategia asociativa como:

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

Utilizaremos el tipo de asociatividad horizontal que es el que se da entre las personas que son del mismo ramo, en nuestro caso sería a las mujeres que se dedican a elaborar prendas de vestir, y que ejercen esta actividad como medio para obtener un ingreso económico y de subsistencia.

Aprovechando las ventajas y características que ofrece la asociatividad, venciendo los obstáculos que se presentan al momento de ejecutar este proyecto con la aplicación de estrategias de asociatividad.

Las modistas artesanales de la comuna Palmar tienen la posibilidad de acceder al mercado superando barreras de entrada mediante la aplicación de la asociatividad puesto que tienen perspectiva que van más allá de la competitividad y ayude a mejorar las condiciones económicas actuales de este sector de la provincia de Santa Elena.

4.1.1. Modelo de asociatividad para la agrupación de modistas artesanales de la comuna Palmar

Los modelos asociativos pueden adoptar múltiples modalidades, pero todo depende del objetivo que se persigue, la elección de la estrategia asociativa tiene su base en la participación de las modistas artesanales y su voluntad de conformar una asociación artesanal conformada por un equipo de trabajo orientado a la búsqueda de soluciones de problemas lo que se conoce como núcleos empresariales.

Este tipo de asociatividad les permite alcanzar un desarrollo sustentable en el contexto de un mercado altamente cambiante, logrando mejorar los instrumentos de gestión.

Es un modelo de cooperación entre las integrantes que les permite trabajar de forma participativa en el proceso de producción y aprovechar de mejor manera los recursos disponibles, obtener de mayor acceso a la información a la tecnología, y aprender de las otras participantes

El modelo propuesto permite aumentar la capacidad de representación y negociación de las modistas artesanales en procesos productivos de comercialización, de financiamiento e incluso en el apoyo de instituciones públicas, por otro lado, facilita el aprendizaje entre las modistas al aprovechar los conocimientos y experiencias de otras participantes.

Bajo esta modalidad todas las actividades se realizan en conjunto, incluso las negociaciones con los proveedores y clientes de igual forma la incorporación de nuevas tecnologías como las máquinas industriales, la innovación en la creación de nuevos modelos, adquisición de materia prima entre otros.

Su implementación implica un cambio en la cultura empresarial, partiendo de la asistencia a reuniones periódicas de consolidar su formación asociativa y así planificar de forma coordinada las distintas actividades comerciales y administrativas.

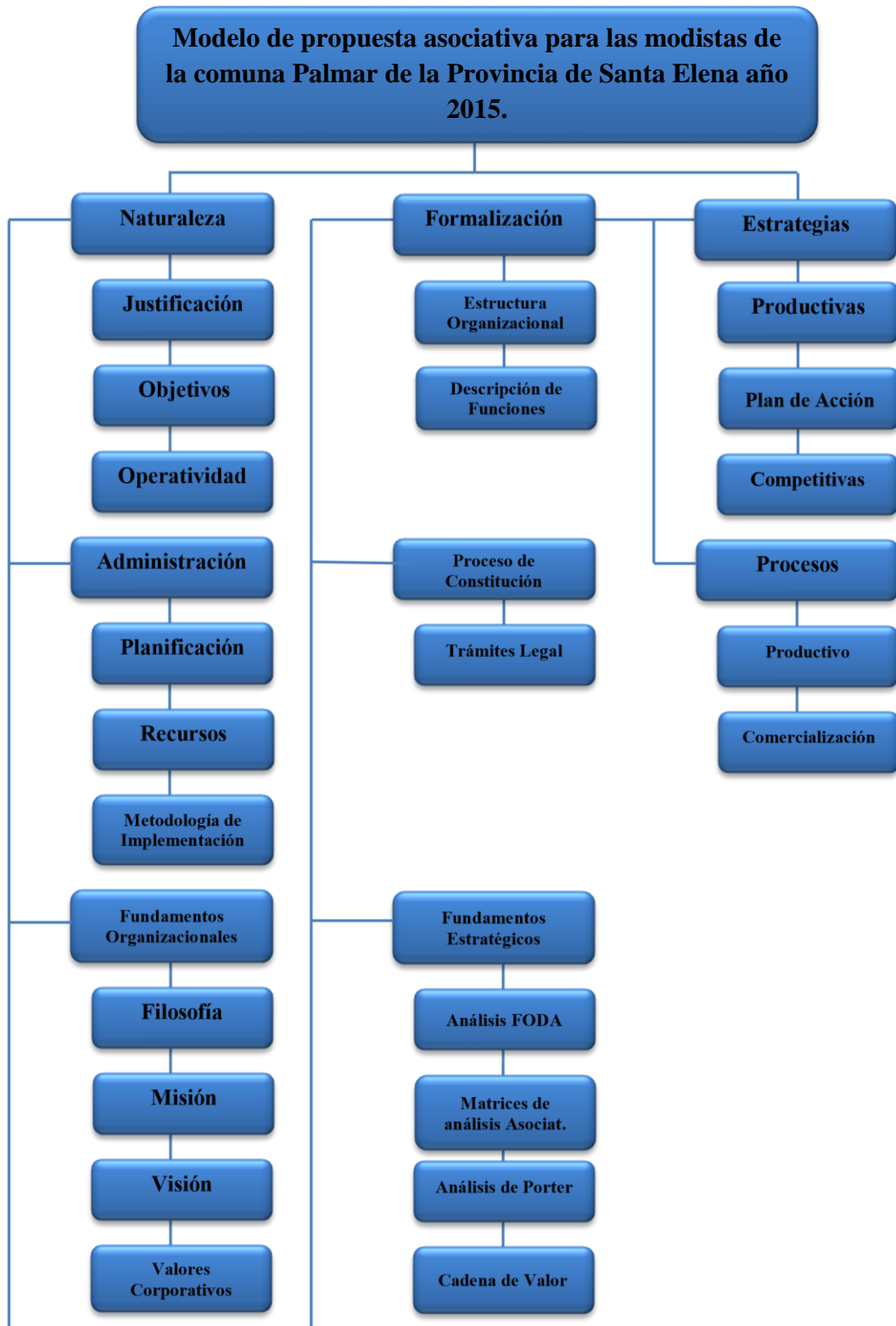
4.1.2. Descripción del modelo propuesto de asociatividad empresarial.

Para poder mejorar su posicionamiento en el mercado, las modistas artesanales que se dedican a la elaboración de prendas de vestir se asocian basándose a una disposición que les permite tener el acceso suficiente a diferentes servicios especializados tales como:

- ✚ Capacitaciones y asesorías,
- ✚ Nuevos diseños,
- ✚ Comercialización,
- ✚ Organización e innovación,

Pero sobre todo tienen acceso al financiamiento por parte de organizaciones públicas y privadas.

GRAFICO N° 18 Modelo de asociatividad.



FUENTE: <http://www.asociatividadempresarial.com>
 ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

4.2. NATURALEZA

4.2.1. Justificación de la propuesta.

Las mujeres dedicadas a la confección de la comuna Palmar, son parte de la economía de la comunidad, ya que entre los oficios varios que ejercen las personas del lugar, como la pesca artesanal, el de las modistas también es una de las principales fuentes de trabajo de esta comunidad.

Es por esto que se ha considerado a este grupo de modistas que se dedican a una misma actividad, tomando así la iniciativa de conformar una red asociativa para el desarrollo de las competencias laborales en el equipo de trabajo, mediante la cooperación organizacional y competitiva. El arte de la confección en esta comunidad necesita el apoyo de una asociación, la misma que le ayudará hacer frente en la cadena de valor de los productos elaborados, contando con las posibles soluciones a través del aporte individual y colectivo, así como también aprovechar de una mejor manera las habilidades que poseen cada uno de ellas.

La asociación de las modistas que confeccionan las prendas de vestir, intentará llegar hacia los mejores gustos y vanidades de todos nuestros clientes, con esto se otorgará una mejor opción en la elaboración del vestuario para la moda actual, brindado un producto de buena calidad, utilizando mano de obra y materia prima calificada.

Esta entidad contribuirá a mejorar las oportunidades de trabajar en la costura y beneficiará a sus integrantes, permitiendo poder ventajas competitivas que a su vez hacen que el proceso de producción sea más eficiente a través de la aplicación efectiva de competencias laborales.

La red aspira dar a sus clientes mejores productos, buena calidad y precios módicos, satisfaciendo las necesidades de personas que gustan lucir las últimas tendencias en

prendas de vestir. Además como asociación se busca ser competitivos y aplicar los conocimientos para desarrollar a los productores idóneos dentro del proceso de fabricación de cada prenda que se confeccione.

4.2.2. Objetivos de la propuesta.

El proyecto será con mujeres de la comuna Palmar de la provincia de Santa Elena para mejorar y fortalecer la productividad en el arte de la costura, con la confección de prendas de vestir para damas caballeros y niños

4.2.2.1. Objetivos General.

Proponer un plan de trabajo, por medio de la asociatividad como estrategia para mejorar el nivel de productividad, optimizando los recursos y aprovechando eficientemente la mano de obra de las modistas artesanales de la comuna Palmar de la provincia de Santa Elena, desarrollando un mecanismo de cooperación que contribuyan al logro de niveles crecientes para la asociatividad.

4.2.2.2. Objetivos Específicos.

- ✚ Aplicar estrategias que fortalezcan el desarrollo de habilidades y destrezas laborales.
- ✚ Concienciar a las modistas artesanales, mediante charlas o reuniones informativas para que tengan conocimientos sobre los beneficios que se obtienen en una asociatividad.
- ✚ Identificar técnicas de cooperación efectivas que promuevan el trabajo en equipo y mejoramiento continuo.
- ✚ Elaborar marcos de estrategia publicitaria para poder llegar al cliente y al mercado de manera eficiente.

- ✚ Mejorar y estandarizar la productividad a través de la aplicación de estrategias, la capacitación y la motivación constante que permitan mejorar.

4.2.3. Operatividad de la propuesta.

La propuesta está compuesta por dos dominios que son la formalización de plan de asociatividad donde se aclara la distribución de las responsabilidades y el trabajo en equipo para alcanzar objetivos comunes.

Y la producción que abarca las estrategias de producción como son ventas promoción y producción.

4.2.3.1. Operatividad.

La actual ley económica popular y solidaria ha fortalecido a las socias permitiéndoles lograr un mayor posicionamiento en el mercado y alcanzar ventajas competitivas para su crecimiento productivo. Al trabajar en equipo las modistas artesanales logran mejorar la producción y por lo consiguiente alcanzar mayores ingresos, lo que repercute su calidad de vida.

La asociación está conformada por modistas artesanales dedicadas a la elaboración prendas de vestir, uniformes blusas camisetas faldas pantalones, existen la necesidad de concretar un modelo asociativo para el gremio a fin de que fortalezcan su actividad, para ello es necesario establecer un plan de acción que permitan implementar estrategias que logren una mayor competitividad y posicionamiento en el mercado.

La propuesta toma como base la ley orgánica de economía popular y solidaria, el código orgánico de la Producción Comercio e Inversión Artesanal, las mismas que fomentan la producción artesanal para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores del país, se fundamenta además el

enfoque de las estrategias competitivas genéricas de Porter, que le brinde mayores ventajas a la actividad desarrollada por la asociación en estudio.

4.3. ADMINISTRACIÓN.

4.3.1. Planificación.

Para llevar adelante a la propuesta es necesario que se identifique la diferencia de actividades inherente a alcanzar los objetivos propuestos, tomando en consideración los resultados obtenidos en el diagnóstico inicial del problema a fin de que se trabaje de manera ordenada y con un rumbo fijo, unificando los criterios esfuerzos y recursos para aplicar el modelo asociativo.

Se establecen las siguientes metas planeadas a alcanzar.

- ✚ Fomentar los vínculos entre las modistas artesanales de la comuna Palmar.
- ✚ Fortalecer las capacidades de gestión de las asociadas.
- ✚ Fomentar el desarrollo de las competencias laborales.
- ✚ Potenciar el trabajo conjunto.
- ✚ Socializar la ley de Fomento a la Economía Popular y Solidaria.
- ✚ Configurar y estructurar la organización.
- ✚ Diseñar estrategias que logren ventajas competitivas.
- ✚ Formalizar la asociatividad.
- ✚ Seguimiento y evaluación.

4.3.2. Recursos.

Un aspecto muy importante de la propuesta a la disponibilidad de recursos para la implementación de la propuesta existen actores directos e indirectos que pueden proporcionar su contingente para llevar adelante el anhelo de la agrupación de las modistas artesanales; en la actualidad, una serie de entidades del estado y organismos de cooperación proporcionan apoyo a este tipo de emprendimientos.

Resulta conveniente involucrar a instituciones que cuenten con los recursos para complementar la propuestas lo mismo proveedores podrían brindar su colaboración y apoyar la propuesta. En cuanto a los recursos económicos requeridos para la asociatividad, las integrantes están de acuerdo en aportar con partes iguales o lo que se necesite para formalizar su asociatividad.

4.3.3. Metodología.

La metodología de la propuesta está dada a base de técnicas a utilizar apropiadas para la creación y el sostenimiento de instancias de participación individual y colectiva, que potencien el proceso emprendedor de estas mujeres de la comunidad de Palmar.

Es por ello que se plantean estrategias y acciones que combinen el trabajo de campo de manera que permita mantener un contacto cercano con la realidad del sector y las personas involucradas en el estudio.

Consultando fuentes y datos, con la finalidad de tener una perspectiva más cercana y válida con respecto a los factores relevantes, además de aspectos importantes que conlleven a una acción emprendedora, para un mayor análisis de procesos, estudiando sus modalidades y visualizando la viabilidad de implementación de las estrategias asociativas propuestas.

El proceso asociativo complemento cinco etapas definidas que son:

- Etapa de gestación.
- Etapa de estructuración.
- Etapa de madurez.
- Etapa productiva o de gestión.
- Etapa de declinación.

4.4. FILOSOFÍA EMPRESARIAL.

La honestidad, la solidaridad, perseverancia, trabajo y fe en dios son las virtudes fundamentales que permiten a nuestras modistas artesanales realizar un buen trabajo y brindar un servicio de calidad a nuestros clientes.

4.4.1.1. Misión.

Trabajar permanentemente en beneficio y defensa de los intereses de nuestras asociadas, con un talento humano capacitado y motivado, que apoyara la consecución de los objetivos de rentabilidad y sostenibilidad del sector e impulsar la integración de las modistas artesanales de la comuna Palmar.

4.4.1.2. Visión.

Liderar la integración, desarrollo y posicionamiento del sector textil en los mercados locales y nacionales, a través del servicio de nuestras asociadas, apoyando la generación de empleo para el bienestar a favor de la comunidad.

4.4.1.3. Valores corporativos.

Con el propósito de mantener la sobrevivencia de un grupo asociativo de modistas artesanales, es necesario contar desde su inicio con valores como los que se detallan:

Lealtad: identificarse plenamente con la organización, buscando su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo, demostrando compromiso y respeto a todos los valores corporativos.

Eficiencia: optimizar el uso de los recursos aprovechables y del tiempo disponible para cumplir con eficiencia los compromisos adquiridos, así como las metas y objetivos trazados.

Responsabilidad: cumplimiento serio de las tareas asignadas; compromisos con los clientes a la sociedad en general, asumiendo las consecuencias derivadas de las acciones emprendidas.

Mística: entregar lo mejor de sí misma para responder con un trabajo eficiente y eficaz entre los clientes.

Equidad: participación equitativa en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades para el desarrollo integral de las asociadas.

Excelencia en el servicio: cumplir eficientemente con las expectativas de los clientes internos y externos con agilidad, compromiso y prontitud en la entrega oportuna confiable y efectiva de las asociadas.

Honestidad: franqueza y transparencia en las tareas asignadas, sinceridad y coherencia con los clientes y el resto de las integrantes de la asociación.

Trabajo en equipo: la asociatividad es un proceso de crecimiento grupal caracterizado por la permanente colaboración, entusiasmo y compañerismo en las tareas encomendadas, fomentando un ambiente armónico orientado al logro de resultados beneficiosos.

Profesionalismo: ética profesional, desarrollo permanente de las habilidades fortalezas y destrezas para mantener altos estándares de calidad.

4.5. FORMALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN.

La formalización de la asociación implica la voluntad conjunta y el acuerdo previo de las integrantes, así como la búsqueda de apoyo técnico especializado de las instrucciones del estado que brindan soporte a este tipo de emprendimiento.

Para poder formalizar la asociación se debe cumplir con los siguientes requisitos que exige la ley de economía popular y solidaria:

Requisitos Básicos.

- a) Acta constitutiva.
- b) Reglamentos.
- c) De directiva provisional.

Presidente: Gloria Gonzabay
Vicepresidente: Mariza Malavé
Secretaria: Beccy Gonzabay
Tesorera: María Cucalón

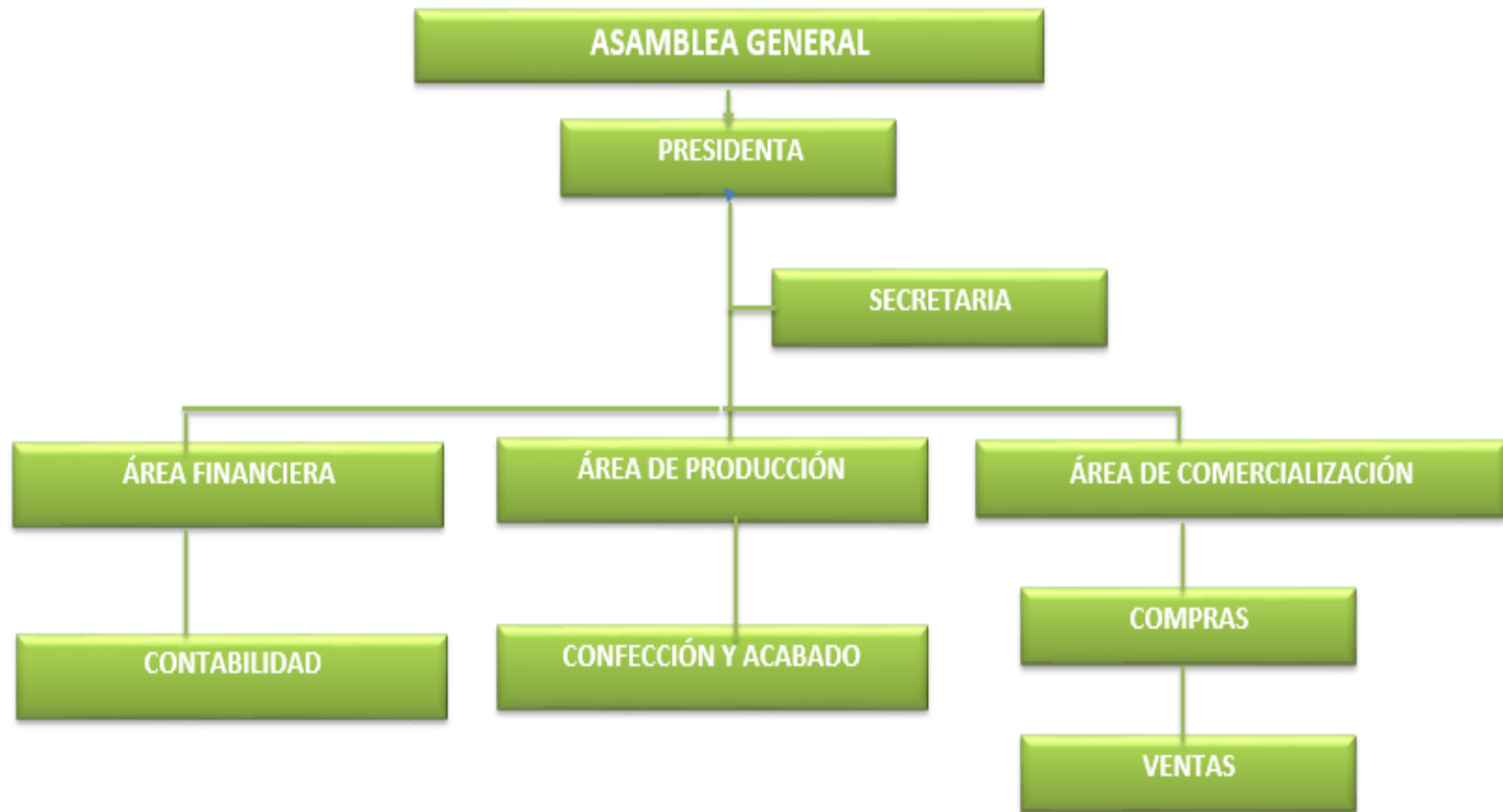
- a) Solicitud de constitución.
- b) Reserva de denominación.
- c) Acta constitutiva suscrita por un mínimo de 15 asociados fundadores;
- d) Estatuto social, en dos ejemplares; y,
- e) Certificado de depósito del aporte del capital social inicial por el monto fijado por el ministerio de coordinación de Desarrollo Social, efectuado preferentemente, en una cooperativa de ahorro y crédito.

4.5.1. Estructura Organizacional.

Para ejecutar una asociación se necesita una estructura organizacional, para una mejor ejecución de las actividades y para que las artesanas de la comuna Palmar estén debidamente organizados.

A continuación detallamos el tipo de asociatividad y la manera de aplicación de cada uno de sus recursos.

GRAFICO N° 19 Diagrama de asociación
Asociación de modistas artesanales de la Comuna



4.5.2. Descripción de Funciones:

4.5.2.1. Funciones de la asamblea general y directorio.

- ✚ Realizar planes de trabajo, proyectos y programas que ayuden directamente en beneficio de los asociados respectivos a sus familiares y a la comunidad
- ✚ Adquirir toda clase de bienes muebles e inmuebles como maquinarias y herramientas que le ayuden a la mejora de producción de las prendas de vestir
- ✚ Buscar la manera de obtener recursos económicos por medio de préstamos y de esta manera promover el ahorro y crédito en beneficios de las asociadas.
- ✚ Brindar capacitaciones a las asociadas para que participen de manera eficiente
- ✚ Promover la unidad y solidaridad entre las socias y así obtener una mejor coordinación con el directorio de la comunidad.
- ✚ Capacitar a las asociadas para que efectúen su dirección con eficiencia y responsabilidad.
- ✚ Gestionar el financiamiento mediante instituciones públicas y privadas a nivel nacional e internacional.

4.5.2.2. Función de la secretaria.

- ✚ Realizar convocatoria para enviar a los miembros de la asociación.
- ✚ Llevar los libros de asambleas y sesiones que llevan las modistas artesanas.
- ✚ Llevar el registro de los miembros que participen en la asociación.
- ✚ Atender a las personas o público que visiten nuestra asociación.
- ✚ Ser órgano de comunicación entre las personas que participen en la asociación.
- ✚ Realizar oficios o certificados que la asociación requiera durante su proceso laboral.
- ✚ Receptar documentos u oficios.

- ✚ Llevar el control de asistencia y permisos del personal que conforman la asociatividad.
- ✚ Elaborar el resumen y los informes de las reuniones de las reuniones que se realizan dentro de la asociatividad de las modistas artesanales.

4.5.2.3. Función de gerencia general.

- ✚ Buscar mejores precios para vender su producto en el mercado nacional e internacional.
- ✚ En caso de que la asociatividad crezca se encargara de contratar al personal capacitado para el área.
- ✚ Organizar eventos y planificar la manera de capturar a la clientela.
- ✚ Estará encargado de informar a las asociadas las condiciones en las que se encuentra la asociación.
- ✚ Realizar un plan de publicidad y promociones que atraigan a la gente a comprar nuestras prendas de vestir.
- ✚ Preocuparse de que el producto tenga aceptación en el mercado.
- ✚ Se encargara de la compra de la materia prima y de las maquinarias que se ocuparan en el proceso de la producción.
- ✚ Controlar la entrada y salida del efectivo revisando los informes que sea necesario.

4.5.2.4. Función del área financiera.

- ✚ Realizar los pagos de los servicios básicos de la asociación.
- ✚ Realizar convenios con los proveedores de la materia prima para obtener menores costos.
- ✚ Estar pendiente de la rentabilidad que la empresa tiene.
- ✚ Actualizar carteras para conocer el estado financiero.
- ✚ Realizar las respectivas cobranzas.
- ✚ Realizar pagos de **RISE, RUC O SRI**, que deban cumplirse.

4.5.2.5. Función de producción:

- ✚ Realizar los procesos de elaboración del producto.
- ✚ Solicitar al gerente o administrador la materia prima que se requiere para la elaboración de las prendas de vestir.
- ✚ Clasificar la materia prima de acuerdo a la utilización de la misma.
- ✚ Distribuir el producto

4.5.2.6. Función de comercialización:

- ✚ Comercializar el producto dentro y fuera de la provincia o ciudad.
- ✚ Trasladar de un lugar a otro la mercadería de acuerdo la asignación.
- ✚ Y otras funciones que le asigne el gerente.

4.6. PROCESO DE CONSTITUCIÓN.

Conforme lo estable el reglamento de la economía popular y solidaria las organizaciones se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que complementa la mencionada ley. Los requisitos que se exigen para la conformación de una asociación son:

- ✚ Solicitud de constitución
- ✚ Reserva de denominación
- ✚ Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de 20 asociadas fundadores.
- ✚ Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, numero de cedula, aporte inicial y firma.
- ✚ Estatuto social de dos ejemplares; y,
- ✚ Certificado de depósito del aporte del capital social inicial, por el momento fijado por el ministerio de coordinación de desarrollo social, efectuado preferentemente, en una cooperativa de ahorro y crédito.

A continuación se presenta el esquema del proceso de gestión para la conformación de la asociación.

IMAGEN N° 6 Proceso de gestión de la asociación



Fuente: Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria
Elaborado por: Julie Cucalón





Si la documentación cumple con los requisitos exigidos la superintendencia admitirá a trámite la solicitud de constitución y en un término de treinta días se efectuara el análisis de la documentación y, en este último caso de ser necesario, realizara una verificación, luego elaborara la resolución que niegue o conceda la personalidad jurídica a la asociación y en este último caso notificara al ministerio de coordinación de desarrollo social para su inscripción en el registro público, si la documentación no cumple con los requisitos se concederá un termino de treinta días adicionales para completarle y en caso de no hacerlo dispondrá su resolución.

La personalidad jurídica otorgada a las organizaciones amparadas por la ley le confiere la capacidad legal para adquirir derechos, contraer obligaciones y acceder a los beneficios que la ley les concede, en el ejercicio de las actividades de su objeto social.

4.7. FUNDAMENTOS ESTRATÉGICOS.

4.7.1. Matriz Boston Consulting Group (B.C.G.) para la Asociación de modistas artesanales de la Comuna Palmar.

CUADRO N° 7: Matriz de Participación de mercado (B.C.G.) de la Asociación de las modistas artesanales de la comuna Palmar

<p>ESTRELLA</p>  <p>PRENDAS DE VESTIR PARA NIÑOS Y NIÑAS DE LAS ESCUELAS</p>	<p>INTERROGANTE</p>  <p>OTRAS CLASES DE PRENDAS DE TEMPORADA</p>
<p>VACAS</p>  <p>PRENDAS DE VESTIR PARA DAMAS</p>	<p>PERROS</p>  <p>PRENDAS DE VESTIR PARA CABALLEROS</p>

Fuente: Asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar
Elaborado por: Julie Cucalón

La asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar presenta sus productos a través de la Matriz de participación de mercado o Boston Consulting Group (B.C.G.) mediante las encuestas que se realizó a la población de la comuna Palmar dio como resultado que las prendas de vestir para damas tienen mayor participación en el mercado debido a la variedad de ropas que existe en el muchos locales comerciales para aprovechar la vanidad de las mujeres.

Las prendas de vestir para niñas y niños tienen una similar participación de mercado por lo que las costureras artesanales también deben diversificar prendas

de vestir para este segmento de mercado, otro sector que deja mejores ingresos para la asociación son las prendas de temporadas que son adquiridas de acuerdo a la ocasión y en las diferentes épocas del año por lo que cada temporada cambia su estilo de moda, las prendas para caballeros tiene un segmento muy reducido ya que los hombres tienen poco interés por la moda y son más comunes en el momento de realizar las compras de sus prendas de vestir.

4.7.2. Fuerzas de Michael Porter para la asociación de modistas artesanales de la comuna palmar.

F1: Poder de negociación de los compradores. Las prendas de vestir hoy en día son una base necesaria para todas las personas, es por eso que al confeccionarlas con tela de calidad y maquinas industriales brindaremos un producto 100% de calidad y con diseños innovadores, que puedan ser adquiridos por los compradores a un precio que se considere justo.

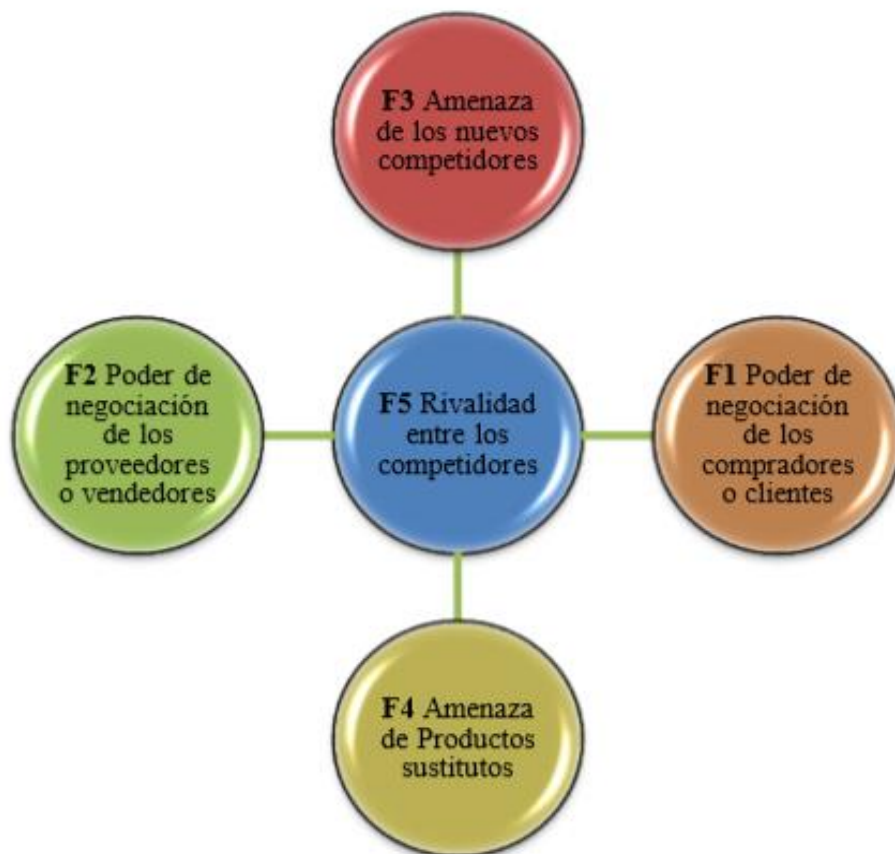
F2: Poder de negociación de los proveedores o vendedores. Una de las desventajas actuales es que las modistas artesanales de la comuna Palmar es que adquieren sus insumos de manera individual, incluso lo hacen localmente lo que representa mayores costos, con el modelo asociativo las adquisiciones se realizan en conjunto, y generan más rentabilidad.

F3: amenaza de entrada de nuevos competidores. Existen muchas modistas o diseñadora de prendas de vestir que están asociadas o que forman parte de algún gremio y además elaboran prendas de vestir con precios muy bajos en el mercado.

F4: Amenaza de ingresos de productos sustitutos Se considera como producto sustituto para esta asociación, aquellos productores que elaboran prendas de vestir, con otro tipo de materia prima como son: telas de randas viscosas, licra, algodón. Existen otras empresas que constan con mayor tecnología además su producción es mayor a la de una asociatividad, por otro lado, existen muchos productos iguales o similares que suponen por lo general que la rentabilidad sea más baja.

F5: Rivalidad entre los competidores. Dentro de la comuna Palmar no existe otra asociación que busque mejorar la forma de realizar negociación con las otras mujeres que se dediquen a la elaboración de prendas de vestir.

IMAGEN N° 7 Análisis del entorno competitivo con base al modelo de las cinco fuerzas de porter



Fuente: <http://www.asociatividadempresarial.com>
Elaborado por: Julie Cucalón Gonzabay.

4.7.3. Cadena de valor en la asociación.

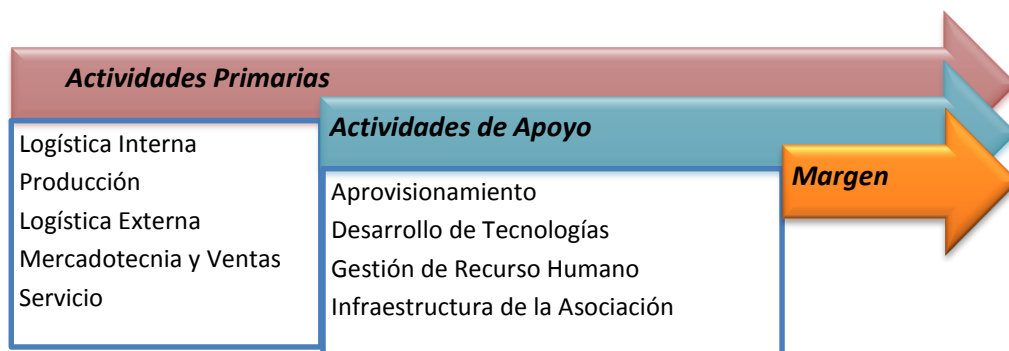
Para identificar las fuentes de generación de valor para los clientes de la agrupación, se aplica el modelo conocido como cadena de Valor, con esta herramienta de análisis se identifican las diferentes actividades que tienen una vinculación directa con la generación de valor para el producto, y aquellas que sirven de apoyo para las tareas primarias.

Las actividades que generan una mayor ventaja competitiva, tales como: la fabricación, distribución, venta o servicio postventa de las prendas elaboradas, favorecen la rentabilidad del gremio y fortalecen su posición en el mercado, por lo que deben potenciarse y mantenerse.

El resto de actividades deben reducir su coste lo máximo posible, sin perder la calidad intrínseca de los productos ofrecidos; este tipo de tareas podrían ser subcontratadas o externalizadas a fin de ponerle mayor atención a las primeras, así se podría maximizar la creación de valor mientras se minimizan los costes.

La cadena de valor de Porter detalla cinco actividades primarias. Logística interna, producción, logística externa, mercadotecnia y servicio, considerándolas como aquellas que aportan en cada paso mayor valor al producto y para el consumidor final. Para la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar se ha considerado el siguiente esquema:

GRÁFICO N° 20 Cadena de valor
Agrupación de modistas de Palmar



Fuente: Ser Competitivos, Michael Porter, 2009

Elaboración : Julie Cucalón Gonzabay

Las actividades primarias, son las que tiene relación directa con la creación física del producto, su venta y transferencia al consumidor final, así como asistencia post venta.

- ✚ Logística Interna: comprende el recibo, almacenamiento, manejo y almacenamiento de materiales, gestión de pedidos, gestión de inventarios y devoluciones a los proveedores.

- ✚ Producción: las actividades de transformación de insumos al producto final, diseño de nuevas prendas, empaquetado, embalado, y control de calidad.

- ✚ Logística Externa: recopilación, almacenamiento y distribución física de las prendas elaboradas a los compradores o consumidores finales.

- ✚ Mercadotecnia y ventas: para dar a conocer el producto o promocionarlo para que pueda ser adquirido se requiere de publicidad, promoción, ventas, selección del canal de distribución, entre otros.

- ✚ Servicio: prestación de servicios para mantener o elevar el valor de las prendas, como ajustes del producto o cambios.

Las actividades secundarias o de apoyo son aquellas que dan soporte a las actividades primarias.

- ✚ Abastecimiento: adquisición de insumos utilizados en la cadena de valor de la agrupación.

- ✚ Desarrollo de tecnologías: se relaciona con los procedimientos o la tecnología del equipo de fabricación de las prendas de vestir, con la finalidad de mejorar el producto y el proceso.

- ✚ Gestión del recurso humano: se refiere a las actividades de búsqueda, entrenamiento, contratación, cultura organizacional, desarrollo y capacitación de personal.

- ✚ Infraestructura de la asociación: Mejorar la administración general, control contable, planeación, asuntos legales y gestión de la calidad.

En cada una de las actividades primarias y secundarias o de apoyo, se deben aplicar estrategias competitivas con la finalidad de agregar valor a los productos y servicios que ofrece la agrupación gremial para desarrollar un modelo de negocio aceptable y exitoso. Entre las actividades que se proponen para fortalecer la competitividad de la agrupación gremial están: la segmentación de los clientes de acuerdo a su potencial de compras, control y automatización de cobros, desarrollo de un equipo comercial, construcción de imagen de marca, gestión de reclamos, capacitación de las integrantes, charlas motivacionales, adquisición de equipos, entre otros. Todo ello, con la finalidad lograr un liderazgo en costes y diferenciación en el sector.

4.8. PLAN DE ACCIÓN

CUADRO N° 8 Matriz de plan de acción estratégico

PLAN DE ACCIÓN PARA LAS MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR					
Problema Principal: no están asociadas las modistas artesanales además carecen de estrategias de producción.					
Fin de la propuesta. “Diseñar un plan de asociatividad para las modistas artesanales de la comuna Palmar Provincia de Santa Elena, año 2014			Indicadores: Base de datos de las modistas artesanales de la comuna Palmar Encuestas y entrevistas a los consumidores, modistas del tema.		
Propósito de la Propuesta: Evaluar las incidencias de las estrategias asociativas en los niveles de producción de las modistas artesanales de la comuna Palmar provincia de Santa Elena año 2014			Indicadores: distribución de nuevas artesanas de la comunidad de Palmar de las modistas de la misma comunidad		
Coordinador del proyecto: Julie Cucalón Gonzabay y presidenta de la asociación.					
Objetivos	Indicadores		Estrategias	Actividades	Tareas
Planificar y administrar los recursos con los que cuentan las modistas	Orden Eficiencia	70%	Planificación	Administración de los recursos con los que cuentan las modistas artesanales	Identificación de los recursos con los que cuentan Maquinarias Humanos legales y Físicos
Evaluar la estructura organizativa adecuada para las modistas artesanales de la comuna Palmar	Habilidades Destrezas	40%	Establecer la estructura organizativa	Análisis y descripción de puestos, verificación de perfiles	Asignación de puestos según perfiles
Organizar los requisitos necesarios para formalizar la asociación	Leyes Requisitos	80%	organización	Establecer la Directiva Provisional Redactar el acta constitutiva Redacción de los estatutos	Reserva de denominación Acta constitutiva Lista de fundadores Certificado de deposito
Desarrollar e identificar la filosofía empresarial adecuada para las modistas artesanales de la comuna Palmar.	Misión Visión Valores	30%	Valores empresariales	Empoderamiento de la filosofía empresarial por parte de las modistas artesanales de la comuna Palmar.	Charlas reuniones y capacitaciones
Realizar análisis Foda para la asociación de modistas artesanales que permita identificar factores interno y externos	Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas	30%	Análisis o diagnostico	Identificar los aspectos internos y externos de la asociación	Charla para la identificación del FODA y desarrollo de motrices
Formalizar la asociatividad de las modistas artesanales de la comunidad de Palmar para su desarrollo económico	Gestión legal Numero de Socias Directiva	100%	Formalizar la asociación	Tener la asociación vigente en todos sus aspectos legales y demás requisitos necesarios para su formalización	Reunir a las socias Directivas Conformar la asociación Ejecutar la actividad

Fuente: técnicas de Investigación

Elaborado por: Julie Cucalón

4.9. ESTRATEGIAS.

Las modistas artesanales de la comuna Palmar desean una organización al entorno cambiante aprovechando cada una de las oportunidades que se les presentan, a través de sus objetivos trazados tomando en cuenta las barreras que existen al su alrededor, es el caso de las mujeres a asociarse que desean crear una manera de asociación diferente como el camino más próspero para lograr sus metas y alcanzar todos sus objetivos, para esto se debe tener en cuenta las siguientes estrategias para nuestro plan asociativo.

4.9.1. Estrategias Competitivas.

Las estrategias competitivas representan la forma en que la asociación de modistas de la comuna Palmar va a competir en el mercado, para alcanzar sus metas y, permitiéndoles conseguir mejores resultados en las negociaciones en la que interviene.

El diseño de la estrategia competitiva se basa en el análisis de tres factores complementarios e importantes, que son: el entorno o sector, el mercado y el perfil del producto, para definir con qué capacidad competitiva se cuenta, cuáles son las necesidades del mercado y qué características debe reunir el producto.

Las integrantes de la asociación de modistas están conscientes de la necesidad de la implementación de estrategias competitivas, por lo que, están dispuestas a formar parte de las acciones que se requieran para lograr los objetivos que se persiguen.

4.9.2. Estrategia de producto – mercado

Consiste en ofrecer las prendas elaboradas bajo estándares de calidad a un precio más bajo que sus competidores. Para ello se considera las tres estrategias competitivas genéricas:

4.9.3. Estrategia de liderazgo en costos (o de bajos precios).

El gremio realiza todas las acciones necesarias para lograr una ventaja competitiva de bajos costos, es decir, producir y vender las prendas con un precio menor al de la competencia, lo que permitirá ganar la cuota del mercado que es más sensible a esta variable.

Los bajos precios se compensan con el incremento en el volumen de ventas, para cumplir con esta opción es necesario que la agrupación cuente con fácil acceso al mercado de materias primas y convenios con los proveedores.

4.9.4. Estrategia de diferenciación (o agregación de valor).

Para satisfacer las necesidades de los clientes es preciso crear una serie de atributos deseados por los consumidores que diferencien los productos y los hagan más deseables al mercado objetivo. Las características diferenciales los hacen únicos ante los clientes por lo que están dispuestos a pagar un mayor precio por ellos.

Las prendas de vestir se diferenciarán por su calidad, duración, estilo o diseño; en cuanto al personal la agrupación puede formar una fuerza de ventas que asesore a los clientes en la adquisición de los productos; la imagen se basa en el status que los productos brindan a los clientes y a la forma en que se sienten al usarlos; la implementación de canales de distribución que abarquen la geografía de la provincia facilitan a los clientes la adquisición de los productos y servicios que ofrece el gremio.

4.9.5. Estrategia de enfoque (o nichos).

El gremio dirige sus mayores esfuerzos al programa Hilando el Desarrollo, que consiste en la confección de uniformes escolares para las instituciones educativas del Ecuador y en la cual participan año a año. Lamentablemente, a través de

organizaciones conformadas legalmente; la formalización de sus actividades les permitirá ser parte de este programa de manera directa, logrando mayores beneficios y utilidades para el gremio.

4.10. PROCESO PRODUCTIVO Y DE COMERCIALIZACIÓN.

El proceso productivo.

El proceso productivo está conformado por una serie de pasos que comienzan con la recepción de la tela, corte, ensamble, colocación de habilitaciones, planchado, empaque y entrega.

Recepción de la tela: Se recibe la tela de los proveedores.

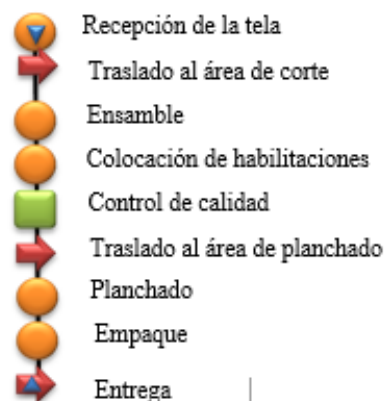
Traslado al área de corte: Se envía al área correspondiente y se cortan de acuerdo a las tallas.

Ensamble: Se cosen las piezas en las máquinas de coser, dándole forma a las prendas de vestir.

Colocación de habilitaciones: Se agregan las habilitaciones necesarias para el producto terminado.

Control de calidad: Se realiza la revisión de las prendas para determinar alguna falla, si ello ocurre se regresa al ensamble.

GRÁFICO N° 21 Diagrama de Flujo del Proceso Productivo



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Julie Cucalón

Traslado al área de planchado: terminada de ensamblar la prenda, se traslada al área de planchado.

Planchado: la prenda es planchada a una determinada temperatura y se realizan los dobleces que lleve la prenda.

Empaque: las prendas de vestir son colocadas en fundas plásticas de acuerdo a la talla para evitar que se manche o se ensucie con el manipuleo.

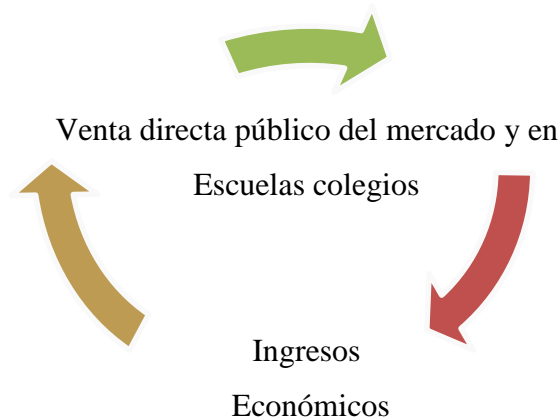
Entrega: Se procede a la entrega al consumidor final. Si el cliente lo pide se hace entrega a domicilio.

4.11. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Concepto.

El flujo de comercialización de los productos de la asociación se dará a través de dos vías, por un lado mediante la venta directa al público del mercado objetivo como es la ruta del Spondylus, por parte de los miembros de la misma, y por otro lado la comercialización también directa a las escuelas, colegios en ferias y eventos durante todo el año. En el siguiente cuadro se muestra de forma práctica el flujo de comercialización del trabajo Asociativo.

GRAFICO N° 22 Flujo de comercialización
Flujo de comercialización de las prendas de vestir



FUENTE: Estudio de la elaboración de prendas de vestir en la comuna Palmar
ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

4.11.1. Canales de distribución propuestos.

El propósito de utilizar el canal de distribución es para reducir costos de publicidad o marketing y ventas, de esta manera contactamos un mayorista que es el encargado de distribuir el producto hacia los consumidores finales.

En la visión propuesta del plan de asociatividad completa el mercado artesanal de prendas de vestir, por lo tanto los canales de distribución deben estar al alcance de la asociación, a continuación las empresas que fueron seleccionadas de acuerdo a la cobertura territorial y las expectativas de crecimiento que se posee. Esta asociación deberá contactarse con la misma para que establezcan relaciones comerciales entre ellas.

IMAGEN N° 8 Boutiques o locales comerciales del sector comunero

Boutiques



Por medio de la ventas de prendas de vestir en la boutiques que sean más reconocidas en nuestra comuna tendremos mayor acogida en el mercado por que el producto el mercado será de mejor calidad, buen acabado, y de diseños innovadores. Esta será una mejor manera de que nuestra asociación sea más reconocida.

IMAGEN N° 9 Escuelas y colegios
Escuelas y Colegios



Como ya se ha mencionado anteriormente la fuente principal de estas modistas artesanales era la entrega de prendas de vestir como uniformes de parada y de educación física a los colegios, seguirá siendo una de los principales canales distribución por que no solo entregar a las escuelas de la comuna sino que también se entregaran a las escuelas o colegios que soliciten el servicio de confección.

CUADRO N° 9 Listado de las modistas artesanales

<p align="center">LISTADO DE LAS MODISTAS ARTESANALES DE COMUNA PALMAR</p>		
N° DE INTEGRANTES	NOMBRES Y APELLIDOS	N° DE CEDULA
1	IVONNE MABEL PARRALES	0922408851
2	GLORIA GONZABAY GONZÁLEZ	0912566379
3	CARMEN GONZABAY GONZÁLEZ	0912566361
4	YOLANDA GONZÁLEZ	0920532645
5	LILIANA GUALPA	0925918088
6	MERCY GONZÁLEZ	0918755455
7	MERCEDES ROSALES	0927260141
8	LADY GUALPA	0925910937
9	ALICIA PIHUAVE	0920226211
10	ALEXANDRA AQUINO	0924669344
11	VANESSA GONZABAY	0926055358
12	CECILIA GONZABAY	0910144575
13	ROSALIA MIRABA	0926678897
14	GEORGINA PARRALES	0909818285
15	LAURA GONZÁLEZ	0923394860
16	SUSANA GONZÁLEZ	0927831362
17	ÁNGELA TÓMALA	0922425350
18	PATRICIA GARCÍA	0910110469
19	MARIA CUCALON	0918746532
20	DELIA QUIMI	0910112507

Fuente: información recaudada en la comuna palmar

Elaborado: Julie Cucalón Gonzabay

Indicadores de gestión – factores críticos de éxito

CUADRO N° 10 indicador de gestión

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	
FACTORES DE RIESGO	FACTORES DE ÉXITO
Hay factores que sueles atribuir al fracaso y estos son:	En una asociación para que todo funcione adecuadamente y pueda lograr sus objetivos, es necesario que existan condiciones que se detallaran a continuación:
Falta de solidaridad entre los miembros de la asociación de modistas artesanales.	Aceptación de las personas como son y respetar las ideas de las mismas.
Carencia de confianza.	Que todos los miembros participen para que puedan definir entre todos la metas objetivos y compromisos que se deseen plantear
Falta de coordinación entre las socias artesanas.	Confianza y comprensión entre todas las participantes.
Diferencias en el proceso operativo y actitud de las socias, esto se produce cuando alguien realiza mal su trabajo planteado.	Manejar de manera sutil los conflictos.
Falta de acuerdos y compromisos por parte de las socias.	Delegar a una autoridad como líder para mejor funcionamiento de la asociación.
Falta de experiencias por no asistir a las capacitaciones brindadas por alguna institución.	Objetivos comunes.
Falta de un entorno que estimule y soporte la existencia de mecanismo de cooperación.	Compromiso al máximo de la presidenta de la asociación y de las artesanas participantes.
Falta de fomento de la autonomía y desarrollo de la asociación.	Comunicación entre los participante la cual favorece la cooperación en el desarrollo de actividades.

FUENTE: Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación (Carlos Méndez)

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

4.12. NIVELES QUE PRESENTA LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA.

Niveles de decisión.

En la asociatividad a emplear, existirán varios niveles de decisión, comerciales de financiamiento administrativo, producción y capital humano, en este nivel se encuentra la asamblea general, directorio y gerencia general, estas unidades se harán responsables de poseer una dirección eficiente y una administración eficaz.

Nivel de asesoría.

El asesoramiento y su implementación son características de crecimiento de una organización. El nivel de asesoría estará dado del nivel de asamblea general al directorio, y de la gerencia general a sus respectivos departamentos, tanto el financiero, el de producción como el de comercialización.

Nivel de dirección.

El nivel de dirección es la función más complicada, para este estará encargado la gerencia general, quien será el encargado de que la asociatividad cumpla con sus objetivos y metas propuestos. A través de la aplicación de un buen liderazgo y comunicación con cada una de sus participantes.

Nivel operativo.

En toda organización debe existir este tipo de nivel, para que se puedan desarrollar los objetivos y estrategias de la misma, este a la vez ayuda a que ejecute las actividades requeridas por la asociación, en la cual se requiere de tres departamentos:

- ✚ De producción.
- ✚ De comercialización.
- ✚ De finanzas.

Con ellas se pretende garantizar el desarrollo y crecimiento económico de la organización.

4.13. ACUERDOS DE COOPERACIÓN PARA LA CAPACITACIÓN DEL RECURSO HUMANO.

Su objetivo es concientizar al recurso humano de la asociatividad de modistas artesanales en prendas de vestir de la comuna Palmar la misma que nos permitirá mejorar su productividad, haciéndolas más competitivas y capaces de enfrentar los retos que demanda un mercado globalizado.

Unión de individuos con capacidades comunes.

Mediante la alianza entre 20 mujeres modistas que deseen asociarse, estableciendo una base de confianza, voluntad para asociarse entre ellos, y el mecanismo de cooperación a utilizar.

Capacitación a las modistas artesanales de la comuna palmar.

Esta se realiza de la siguiente forma:

La ejecución de una reunión colectiva, para dar a conocer los beneficios de la asociatividad, utilizando recursos y materiales necesarios que desarrollan su aprendizaje.

CUADRO N° 11 Programa de capacitación 1

INSTITUCIÓN: Asociación “Modistas artesanales de prendas de vestir de la comuna Palmar”		PROGRAMA DE: Capacitación											
ÁREA: Administración		FACILITADOR: Julie Cucalón Gonzabay											
HORAS PROGRAMADAS 3 horas	ACTIVIDAD NÚMEROS 7	NUMERO CONCURRENTES 20	DE										
TEMA: <ul style="list-style-type: none"> • DESARROLLO PERSONAL • Herramientas para el desarrollo personal • Objetivos del desarrollo personal • Claves del desarrollo • Principios del desarrollo personal • CONFIANZA • Formación de la base de la confianza • Evidencia que existen en la confianza • Condiciones para la asociatividad 													
OBJETIVO: Brindar capacitaciones al talento humano de la asociación de modistas artesanales en prendas de vestir de la comuna Palmar, todo esto con el fin de mejorar las condiciones de productividad, y que las socias sean más competitivas y capaces de enfrentar los retos que demanda un mercado globalizado.													
ACTIVIDADES PROGRAMADAS <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">HORARIOS</td> <td style="width: 50%;">ACTIVIDADES</td> </tr> <tr> <td>10:00 a 10:30</td> <td>Bienvenida a los participantes</td> </tr> <tr> <td>10:30 a 11:30</td> <td>Desarrollo de capacitación</td> </tr> <tr> <td>11:30 a 12:00</td> <td>Coffe Break</td> </tr> <tr> <td>12:00 a 12:30</td> <td>Fortalecimiento de actividades realizadas</td> </tr> </table>				HORARIOS	ACTIVIDADES	10:00 a 10:30	Bienvenida a los participantes	10:30 a 11:30	Desarrollo de capacitación	11:30 a 12:00	Coffe Break	12:00 a 12:30	Fortalecimiento de actividades realizadas
HORARIOS	ACTIVIDADES												
10:00 a 10:30	Bienvenida a los participantes												
10:30 a 11:30	Desarrollo de capacitación												
11:30 a 12:00	Coffe Break												
12:00 a 12:30	Fortalecimiento de actividades realizadas												

FUENTE: Capacitaciones a modistas artesanales

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

CUADRO N° 12 Programa de capacitación 2

INSTITUCIÓN: Asociación “Modistas artesanales de prendas de vestir de la comuna Palmar”		PROGRAMA DE: Capacitación											
ÁREA: Productividad		FACILITADOR: Julie Cucalón Gonzabay											
HORAS PROGRAMADAS 5 horas	ACTIVIDAD NÚMEROS 8	NUMERO DE CONCURRENTES 20											
TEMA: <ul style="list-style-type: none"> • ATENCION AL CLIENTE • Quien es el cliente, que es servicio, expectativas del cliente, que busca obtener el cliente. • PRODUCTIVIDAD Y COMERCIALIZACION • Concepto, producciones productividad, factores internos y externos que afectan a la productividad, importancia y función de la productividad. • MARKETING • Marketing: concepto, producto, precio, plaza, y promoción. 													
OBJETIVO: Brindar capacitaciones al talento humano de la asociación de modistas artesanales en prendas de vestir de la comuna Palmar, todo esto con el fin de mejorar las condiciones de productividad, y que las socias sean más competitivas y capaces de enfrentar los retos que demanda un mercado globalizado.													
ACTIVIDADES PROGRAMADAS <table border="0"> <thead> <tr> <th>HORARIOS</th> <th>ACTIVIDADES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10:00 a 10:30</td> <td>Bienvenida a los participantes</td> </tr> <tr> <td>10:30 a 11:30</td> <td>Desarrollo de capacitación</td> </tr> <tr> <td>11:30 a 12:00</td> <td>Coffe Break</td> </tr> <tr> <td>12:00 a 12:30</td> <td>Fortalecimiento de actividades realizadas</td> </tr> </tbody> </table>				HORARIOS	ACTIVIDADES	10:00 a 10:30	Bienvenida a los participantes	10:30 a 11:30	Desarrollo de capacitación	11:30 a 12:00	Coffe Break	12:00 a 12:30	Fortalecimiento de actividades realizadas
HORARIOS	ACTIVIDADES												
10:00 a 10:30	Bienvenida a los participantes												
10:30 a 11:30	Desarrollo de capacitación												
11:30 a 12:00	Coffe Break												
12:00 a 12:30	Fortalecimiento de actividades realizadas												

FUENTE: Capacitaciones a modistas artesanales
 ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

Es primordial que las participantes reciban un trato amable al momento de empezar las capacitaciones y así se integren al grupo desde el primer momento en las actividades que se van a desarrollar, a medida que las modistas van llegando firmara un hoja de asistencia.

Al inicio de cada sesión la facilitadora dará cordialmente la bienvenida a las participantes de la charla procurando usar palabras adecuadas y motivadoras, a fin de que las participantes se sientan a gusto para asistir al programa.

La facilitadora, será la responsable de la implementación del programa de sensibilización empresarial, y de dar a conocer a las asistentes como se desarrollaran el programa de capacitación como: el contenido, el objetivo, el horario entre otros. Luego se procede a la presentación de las asistentes.

Después de haberles dado la bienvenida la facilitadora les dará a conocer las teorías que van a tratar en la capacitación, estas serán impartidas por una persona que conozca del tema, se dará a conocer mediante conceptos ejemplos prácticos, dialogo conversaciones entre otras.

Ejercicios prácticos, conversaciones entre individuos sobre temas:

- ✚ ¿Que logramos conseguir?
- ✚ ¿Por qué nos dedicamos a esta actividad?
- ✚ ¿Te gusto trabajar en conjunto?
- ✚ ¿Das la confianza necesaria a quienes contribuyen contigo?

Es importante que en las capacitaciones se den los temas que están en el cronograma para lograr lo que se desea conseguir en la reunión. Se les da un tiempo de 15 minutos máximos para relacionar ideas entre ellas, y luego de ese tiempo se le harán las respectivas preguntas.

Después de las preguntas se da a conocer a los participantes de manera práctica de lo que se debe ejecutar en una asociatividad.

De esta manera obtendremos resultados esperando, aplicando estrategias motivadoras para que las capacitaciones no se tomen aburridas también podrán realizar que tengan referencia al tema tratado para que se sientan mucho más involucradas. Esta reunión se realiza con el fin de reforzar el dialogo entre los individuos y que exista un consenso para establecer las normas, reglamentos, valores, y estructuras necesarias

4.14. ACUERDOS DE LA ASOCIACIÓN.

Para que esta asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar funcione de una mejor manera se han establecidos acuerdos de cooperación con:

- ✚ Proveedores.
- ✚ Asociados.
- ✚ Clientes.
- ✚ Entidades de apoyo.

4.14.1. Acuerdo con los clientes.

- ✚ Ofertar un producto, en un tiempo requerido y a un bajo costo en la comuna Palmar.
- ✚ Distribuir el producto de acuerdo a su poder de adquisición en grandes cantidades a sectores cercano de la localidad.

4.14.2. Acuerdo con proveedores.

- ✚ Hacer negociaciones para poder recibir el insumo a un menor costo con proveedores de insumo de materia prima y otros materiales.

- ✚ Adquirir la materia prima para la confección de las prensas de vestir.

4.14.3. Acuerdo con los asociados.

- ✚ Unir ideas para contribuir al desarrollo de la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar.
- ✚ Buscar fuentes de información para poder obtener la clientela necesaria y así obtener mejor rentabilidad en la misma.

4.14.4. Acuerdo con entidades de apoyo.

- ✚ Conseguir las fuentes de financiamiento, a través de entidades financieras como el MIPRO, MIES, DEMIRO, y FINCA.

4.15. PRESUPUESTO.

Tiene como objetivo principal analizar la información previamente establecida del estudio de mercado técnico y organizacional; a través de estos se cuantificara el volumen de capital que será necesario invertir para la ejecución del plan de asociatividad a fin de ser incorporados como un antecedente más en la proyección del flujo de caja que posibilite su posterior evaluación.

Dependiendo de las características del proyecto es que se definirá el volumen de recursos económicos que se invertirá. A continuación se define el tipo de inversión que se utilizara para cubrir las necesidades de la asociación.

Existe un sin número de modistas artesanales que se dedican a la elaboración de prendas de vestir. Para cumplir con las estrategias de apertura, formalización y sinergia en el proceso de asociatividad y poder reducir los costos de producción debemos unir a estas personas para que reciban una ayuda mutua y se dediquen en

conjunto a la producción y comercialización de prendas de vestir, incrementando el capital social entre las modistas. La unión de las 20 mujeres que conformaran esta asociatividad que servirá para la segmentación de mercado, obteniendo una mayor demanda de clientes y ofreciendo sus productos con mejores precios y bajos costos, así como también podrán incrementar la línea de productos, no solo para los colegios y escuelas sino también para locales comerciales.

4.15.1. Determinación de la demanda.

La asociación de las modistas artesanales será reconocida en el medio por ofrecer prendas de vestir de excelente calidad y con un diseño innovador, con bajos precios. Los mismos que se distribuirán en la comuna Palmar, que posee una población aproximada de 7000 habitantes de los cuales existe una población que compra uniformes para escuelas y colegios. Con la unión de las modistas artesanales, se hará una distribución asociativa con los puntos de distribución que tendrá un total de 3000 clientes en la comunidad, que son las personas que tienen a sus niños en escuelas y colegios.

CUADRO N° 13 Determinación de la demanda.

Distribución de la demanda	
Puntos de distribución	Clientes
3 Escuelas 2 colegios	3000

FUENTE: Determinación de la demanda

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

CUADRO N° 14: Presupuesto de capacitación para la asociación de las modistas artesanales de la comuna palmar

RECURSOS	UND	CANT.	COSTO	COSTO
			UNT USD \$	TOTAL USD \$
Recursos Materiales				
Material Impresos				\$ 90,00
Alquiler de infocus	1	6	30	\$ 150,00
Cartucho Canon color	1	3	25	\$ 75,00
Resmas Papel bond, Anillados.	1	5	4	\$ 20,00
Papelería a utilizar.				\$ 13,00
Bolígrafos	1	13	0,25	\$ 100,00
Laptop				\$ 3,25
Almuerzos				\$ 350,00
Refrigerios				\$ 39,00
Total de Recursos Materiales				\$ 890.25

FUENTE: Presupuesto de capacitación

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

4.16. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DE LA ASOCIACIÓN DE MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR.

4.16.1. Estudio Financiero.

Para la presente propuesta se obtendrá las diferentes inversiones aun plazo establecido de 5 años de tal forma que es el tiempo donde se podrá realizar una valorización a la propuesta a implementar. El estudio comprende los estados económicos del proyecto, se condensa la información referente inversión del proyectos, gastos de constitución, proyección de ventas, resultados del ejercicio, flujo de caja, fuentes y usos del efectivo, donde en base a indicadores como VAN, TIR se puede determinar qué tan viable es el proyecto.

CUADRO N° 16: Maquinaria, Equipos y Vehículo

Activos	Cant.	Costo Unit.	Costo Total	Vida Útil
MAQUINARIAS				Años
Máquina de coser costura recta Yuki 5 hilos	2	\$ 420,00	\$ 840,00	10
Máquina cortadora Grade	2	\$ 430,00	\$ 860,00	10
Máquina Overlock Suntars	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	10
Máquina recubridora Yuki	2	\$ 1.450,00	\$ 2.900,00	10
Máquina bordadora PR650 Feiya	1	\$ 4.400,00	\$ 4.400,00	10
Planchadora Brother	1	\$ 360,00	\$ 360,00	10
Máquina pretinadora marca Jexx modelo 1508p	1	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	10
Máquina Ojaladora Ind Tablero electrónico brother	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	10

Máquina Zigzag Yamata	1	\$ 700,00	\$ 700,00	10
Maquina elasticadora	1	\$ 450,00	\$ 450,00	10
Mesas para cortar	2	\$ 350,00	\$ 700,00	10
Mesas para máquinas	9	\$ 60,00	\$ 540,00	10
Acondicionador aire Split Panasonic 28000btu	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	10
VEHÍCULO				
Vehículo marca Mitsubishi Canter (4 toneladas)	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	10
EQUIPOS				
Juego de escritorios	1	\$ 320,48	\$ 320,48	5
Computadores de escritorio	1	\$ 800,74	\$ 800,74	3
Impresoras tinta continua HP	1	\$ 110,00	\$ 110,00	3
Teléfono Panasonic	1	\$ 35,00	\$ 35,00	2
Dispensador de agua SMC	1	\$ 140,25	\$ 140,25	3
TOTAL INVERSIÓN			\$ 32.906,47	

FUENTE: Maquinaria, Equipos y Vehículo

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

CUADRO N° 17: Materiales y Suministros

Activos	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Anual	
			Costo Unitario	Costo Total
Alfileres	Caja	2	\$ 0,90	\$ 1,80
Aguja de Overlock		15	\$ 0,40	\$ 6,00
Cinta métrica		13	\$ 1,00	\$ 13,00
Cierres		30	\$ 0,30	\$ 4,00
Carretel		20	\$ 0,25	\$ 5,00
Hilo Nylon		50	\$ 0,80	\$ 40,00
Elásticos	Metro	30	\$ 0,20	\$ 6,00
Figurines		6	\$ 1,20	\$ 7,20
Remaches	Docenas	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Tijeras		15	\$ 2,00	\$ 30,00
Tizas	Cajas	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Vara regla		5	\$ 2,10	\$ 10,50

Resmas de papel A4		20	\$ 5,20	\$ 104,00
Esferos	Cajas	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Lápices	Cajas	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Tintas	Frascos	30	\$ 10,00	\$ 30,00
Grapadoras		5	\$ 2,00	\$ 10,00
Perforadora		5	\$ 2,50	\$ 12,50
Sacagrapas		5	\$ 2,10	\$ 10,50
Grapas	Cajas	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Clips	Cajas	20	\$ 0,50	\$ 10,00
TOTAL			\$ 56,45	\$ 430,50

FUENTE: Materiales y Suministros

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

BALANCE DE OBRAS FÍSICAS

CUADRO N° 18: Balance de obras físicas

RUBROS	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Infraestructura	m ²	100	\$ 140,00	\$ 14.000,00
Instalaciones eléctricas	m ²	100	\$ 20,00	\$ 2.000,00
Tumbado	Unidad	100	\$ 1,50	\$ 150,00
Terreno	m ²	250	\$ 12,00	\$ 3.000,00
TOTAL OBRAS FÍSICAS			\$ 162,00	\$ 16.275,00

FUENTE: Balance de obras físicas

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

BALANCE DE PERSONAL

CUADRO N° 19: Balance de personal

Cargo	N° de puesto	Remuneración Mensual	Total Mensual	Remuneración Anual
Administrador	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Secretaria	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Financiero	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Marketing y Ventas	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Producción	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Operarias	13	\$ 340,00	\$ 4.420,00	\$ 125,00
TOTAL	18	\$ 2.7900,00	\$.870,00	\$ 53.040,00

FUENTE: Balance de personal

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

4.16.2. Costos Indirectos de Fabricación

Para el procesamiento de las prendas de vestir es necesario contar con los siguientes materiales de fabricación:

CUADRO N° 20: Costos indirectos de fabricación

Costos Indirectos	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Mensual	
			Costo Unitario	Costo Total
Agua	m ³	4	\$ 0,70	\$ 2,80
Luz	Kw	1400	\$ 0,15	\$ 210,00
Teléfono	Minutos	100	\$ 0,05	\$ 5,00
Internet	Día	30	\$ 0,90	\$ 27,00
TOTAL			\$ 1,80	\$ 220,50

FUENTE: Costos indirectos de fabricación

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

VIABILIDAD DEL PROYECTO

CUADRO N° 21: Viabilidad del Proyecto

ANOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018
INV. VEHICULO	-18.000	0	0	0	0	0
INV. EQUIPO DE COMPUTACION	-1.406	0	0	-1.406	0	0
INV. TERRENO	-3.000	0	0	0	0	0
INV. MAQUINARIA	-23.100	0	0	0	0	0
INV. CAPITAL DE TRABAJO	-22.946	0	0	0	0	0
INV. HERRAMIENTAS	-1.450	0	0	-1.450	0	0
ESTADO DE RESULTADOS						
VENTAS		417.830,40	426.187,01	434.710,75	443.404,96	452.273,06
VENTAS NETAS		417.830,40	426.187,01	434.710,75	443.404,96	452.273,06
COSTOS OPERATIVOS						
MATERIA PRIMA		140.616,00	143.428,32	146.296,89	149.222,82	152.207,28
MANO DE OBRA		53.040,00	54.100,80	55.182,82	56.286,47	57.412,20
CIF		16.232,00	16.556,64	16.887,77	17.225,53	17.570,04
DEPRECIACION HERRAMIENTAS		483,33	483,33	483,33	1.398,33	1.398,33
DEPRECIACION VEHICULO		3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
DEPRECIACION MAQUINARIA		2.310,00	2.310,00	2.310,00	2.310,00	2.310,00
TOTAL COSTO DE PRODUCCION		216.281,33	220.479,09	224.760,81	230.843,16	234.487,85
UTILIDAD BRUTA		201.549,07	205.707,91	209.949,94	213.361,81	217.775,21
GASTOS OPERATIVOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		53.930,25	53.930,25	53.930,25	53.930,25	53.930,25

FUENTE: Viabilidad del Proyecto

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

FLUJO DE EFECTIVO						
FEGAO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
SALDO INICIAL		30.023,18	-85.658,05	40.290,56	168.561,92	298.263,85
VENTAS Y COBROS		83.566,08	419.501,72	427.891,76	436.449,59	445.178,58
TOTAL COSTOS OPERATIVOS		187.215,12	220.479,09	224.760,81	230.043,16	234.497,85
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		61.152,60	61.152,60	61.152,60	61.152,60	61.152,60
INTERESES		4.728,65	3.961,78	3.114,39	2.178,02	1.143,33
15% PART. A TRABAJADORES		0,00	20.279,85	21.018,71	21.782,12	22.434,35
22% DE IMPUESTOS		0,00	28.729,79	29.776,50	30.858,00	31.782,00
PAGO DE PRESTAMO		7.303,54	8.070,41	8.917,80	9.854,17	10.888,86
PAGO DE DIVIDENDOS		0,00	12.032,19	12.032,19	12.032,19	12.032,19
CASHFLOW		-85.658,05	40.290,56	168.561,92	298.263,85	430.663,85
CASHFREE	2013	2014	2015	2016	2017	2018
INV. EQUIPO DE COMPUTACION	-1.406	0	0	-1.406	0	0
INV. TERRENO	-3.000	0	0	0	0	0
INV. MAQUINARIA	- 23.100	0	0	0	0	0
INV. CAPITAL DE TRABAJO	- 22.946	0	0	0	0	0
INV. HERRAMIENTAS	-1.450	0	0	-1.450	0	0
INV. VEHICULO	- 18.000	0	0	0	0	0
INVERSION INICIAL TOTAL	- 69.902	0	0	-2.856	0	0
CASHFREE	- 69.902	-83.644	42.306	164.865	300.281	432.682
VAN	\$ 384.559,95					
TIR	68%					
DECISION DE INVERSION	ACEPTAR PROYECTO					

FUENTE: Flujo de efectivo
ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

Dicho cuadro presenta los resultados de la viabilidad del proyecto de estudio, mediante valores de los estados financieros establecidos anteriormente, por tal motivo se determinan indicadores como el VAN (Valor actual neto) cuyo valor es de \$ 377.802,94 y el TIR (Tasa interna de retorno), al ser una tasa de retorno del 67% indicando ser rentable en sus posteriores periodos.

4.17. IMPACTO DE LA PROPUESTA: COSTOS – BENEFICIOS

Beneficio del proyecto.

En base al proceso productivo de las prendas de vestir se establecieron valores accesibles al mercado, el precio varía de acuerdo a la talla y modelo.

CUADRO N° 22: Precios

PRENDAS DE VESTIR	PRECIOS
CAMISAS	\$ 15,00
PANTALONES	\$ 18,00
BLUSAS	\$ 12,00

FUENTE: Precios

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

4.17.1. Ingresos por ventas

El ingreso por ventas que se recibe por la demanda de 1.116 a un precio de venta de \$ 15,00 es de \$ 16.740,00 a partir del segundo mes.

CUADRO N° 23: Ingresos por ventas de camisas

MESES	PRODUCCIÓN	PRECIO	INGRESOS MENSUALES
Enero	-	-	-
Febrero	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Marzo	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Abril	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Mayo	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Junio	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Julio	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Agosto	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Septiembre	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Octubre	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Noviembre	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
Diciembre	1.116	\$ 15,00	\$ 16.740,00
TOTAL INGRESO ANUAL			\$ 184.140,00

FUENTE: Ingresos por ventas de camisas

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

El ingreso por ventas que se recibe por la demanda de 558 a un precio de venta de \$ 18,00 es de \$ 10.044,00 a partir del segundo mes.

CUADRO N° 24: Ingresos por ventas de pantalones

MESES	PRODUCCIÓN	PRECIO	INGRESOS MENSUALES
Enero	-	-	-
Febrero	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Marzo	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Abril	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Mayo	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Junio	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Julio	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Agosto	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Septiembre	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Octubre	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Noviembre	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
Diciembre	558	\$ 18,00	\$ 10.044,00
TOTAL INGRESO ANUAL			\$ 110.484,00

FUENTE: Ingresos por ventas de pantalones

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

El ingreso por ventas que se recibe por la demanda de 1.116 a un precio de venta de \$ 12,00 es de \$ 13.392,00 a partir del segundo mes.

CUADRO N° 25: Ingresos por ventas de blusas

MESES	PRODUCCIÓN	PRECIO	INGRESOS MENSUALES
Enero	-	-	-
Febrero	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Marzo	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Abril	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Mayo	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Junio	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Julio	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Agosto	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Septiembre	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Octubre	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Noviembre	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
Diciembre	1.116	\$ 12,00	\$ 13.392,00
TOTAL INGRESO ANUAL			\$ 147.312,00

FUENTE: Ingresos por ventas de blusas
 ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

El total de los ingresos por los 3 productos es de \$ 40.176,00, y según las políticas de ventas ya sea a contado o crédito se puede percibir los ingresos desde el segundo mes.

CUADRO N° 26: Ingresos totales por ventas de camisas, pantalones y faldas

Meses	Camisas, pantalones y faldas	Contado (40%)	Crédito (60%)	Total Ingresos
Enero	-	-	-	.
Febrero	\$40.176,00	\$16.070,40	-	\$ 16.070,40
Marzo	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
Abril	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
Mayo	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
Junio	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
Julio	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
Agosto	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
Septiembre	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
Octubre	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
Noviembre	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
Diciembre	\$40.176,00	\$16.070,40	\$ 24.105,60	\$ 40.176,00
TOTAL INGRESO ANUAL			\$241.056,00	\$417.830,40

FUENTE: Ingresos totales por ventas

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

4.17.2. Programa de Producción.

El programa se base a un supuesto del 50% de la producción en base a la demanda de mercado que es de 1.116, el primer mes se obtendrá un déficit que se será recuperado a partir del segundo mes manteniéndose estable desde los meses subsiguientes.

CUADRO N° 27: Producción anual de camisas

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene
Ventas (Q)	-	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116
Inventario Final	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	
Inventario Inicial		558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558
Programa de producción	558	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	558

FUENTE: Producción anual de camisas

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

El programa se basa a un supuesto del 50% de la producción en base a la demanda de mercado que es de 1.116, en el primer mes se obtiene un déficit que se será recuperado a partir del segundo mes, manteniéndose estable desde los meses subsiguientes.

CUADRO N° 28: Producción anual de pantalones

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene
Ventas (Q)	-	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558
Inventario Final	279	279	279	279	279	279	279	279	279	279	279	279	
Inventario Inicial		279	279	279	279	279	279	279	279	279	279	279	279
Programa de producción	279	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	279

FUENTE: Producción Anual De Pantalones

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

El programa se basa a un supuesto del 50% de la producción en base a la demanda de mercado que es de 1.116, en el primer mes se obtiene un déficit que se será recuperado a partir del segundo mes, manteniéndose estable desde los meses subsiguientes.

CUADRO N° 29: Producción Anual de Blusas

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene
Ventas (Q)	-	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116
Inventario Final	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	
Inventario Inicial		558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558	558
Programa de producción	558	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	1.116	558

FUENTE: Producción Anual de Blusas

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

Los ingresos de producción están proyectados a realizar el análisis del punto de equilibrio a partir de los siguientes egresos de materia prima, mano de obra y de los costos indirectos de fabricación.

CUADRO N° 30: Egresos por materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene	Total
MP CAMISA	\$1.395	\$2.790	\$2.790	\$2.790	\$2.790	\$2.790	\$2.790	\$2.790	\$2.790	\$2.790	\$2.790	\$2.790	\$1.395	\$33.480
MP PANTALONES	\$2.511	\$5.022	\$5.022	\$5.022	\$5.022	\$5.022	\$5.022	\$5.022	\$5.022	\$5.022	\$5.022	\$5.022	\$2.511	\$60.264
MP BLUSAS	\$1.953	\$3.906	\$3.906	\$3.906	\$3.906	\$3.906	\$3.906	\$3.906	\$3.906	\$3.906	\$3.906	\$3.906	\$1.953	\$46.872
MOD CAMISA	\$ 884	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$ 884	\$21.216
MOD PANTALONES	\$ 442	\$ 884	\$ 884	\$ 884	\$ 884	\$ 884	\$ 884	\$ 884	\$ 884	\$ 884	\$ 884	\$ 884	\$ 442	\$10.608
MOD BLUSAS	\$ 884	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$1.768	\$ 884	\$21.216
CIF CAMISA	\$ 564	\$1.128	\$1.128	\$1.128	\$1.128	\$1.128	\$1.128	\$1.128	\$1.128	\$1.128	\$1.128	\$1.128	\$ 564	\$13.536
CIF PANTALONES	\$ 285	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 570	\$ 285	\$ 6.840
CIF BLUSAS	\$ 84	\$ 168	\$ 168	\$ 168	\$ 168	\$ 168	\$ 168	\$ 168	\$ 168	\$ 168	\$ 168	\$ 168	\$ 84	\$ 2.016
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$9.002	\$18.004	\$18.004	\$18.004	\$18.004	\$18.004	\$18.004	\$18.004	\$18.004	\$18.004	\$18.004	\$18.004	\$9.002	\$155.784

FUENTE: Egresos por materia prima

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

Los Gastos Administrativos, gastos de ventas y de servicios tienen una estimación de \$ 3.280,00.

CUADRO N° 31: Gastos

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.600	\$2.600
GASTOS DE VENTAS	\$ 445	\$ 445	\$ 445	\$ 445	\$ 445	\$ 445	\$ 445	\$ 445	\$ 445	\$ 445	\$ 445	\$ 445
GASTOS POR SERVICIOS	\$ 235	\$ 235	\$ 235	\$ 235	\$ 235	\$ 235	\$ 235	\$ 235	\$ 235	\$ 235	\$ 235	\$ 235
TOTAL GASTOS	\$3.280	\$3.280	\$3.280	\$3.280	\$3.280	\$3.280	\$3.280	\$3.280	\$3.280	\$3.280	\$3.280	\$3.280

FUENTE: Gastos

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

4.18. CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO MÁXIMO DE DÉFICIT ACUMULADO

El estudio económico del proyecto estima una producción de 1.116 prendas de vestir mensuales dando un crédito de 30 días.

CUADRO N° 32: Capital de trabajo máximo Acumulado

Meses	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
INGRESO MENSUAL	-	\$16.070,40	\$40.176,00	\$40.176,00	\$40.176,00	\$40.176,00	\$40.176,00	\$40.176,00	\$40.176,00	\$40.176,00	\$40.176,00	\$40.176,00
EGRESO MENSUAL	\$12.282,00	\$21.824,00	\$21.824,00	\$21.824,00	\$21.824,00	\$21.824,00	\$21.824,00	\$21.824,00	\$21.824,00	\$21.824,00	\$21.824,00	\$21.824,00
SALDO	(\$12.282,00)	(\$ 5.753,60)	\$18.352,00	\$18.352,00	\$18.352,00	\$18.352,00	\$18.352,00	\$18.352,00	\$18.352,00	\$18.352,00	\$18.352,00	\$18.352,00
SALDO ACUMULADO	(\$12.282,00)	(\$18.035,60)	(\$36.387,60)	\$54.739,60	\$73.091,60	\$91.443,60	\$109.795,6	\$128.147,60	\$146.499,60	\$164.851,60	\$183.203,60	\$201.555,60

FUENTE: Capital de trabajo máximo Acumulado

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

El capital de trabajo es fundamental poner en marcha el taller de la Asociación de corte y confección y esto se obtiene de la resta de los ingresos y egresos durante el cierre de ciclo de contable de cada mes.

CAPITAL DE TRABAJO = \$ 22.946

4.19. ESTRUCTURA DE CAPITAL

CUADRO N 33: Inversiones

INVERSIONES	PRECIOS
Maquinaria, equipos y Vehículo	\$ 32.906,47
Suministro y materiales	\$.430,50
Obras físicas	\$ 16.275,00
Capital de Trabajo	\$ 22.946,00
Gastos de Constitución	\$ 1.500,00
TOTAL IVERSIÓN	\$ 75.057,97

FUENTE: Inversiones

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

CUADRO N° 34: Tasa de Interés

DETALLE	VALOR	
Capital Propio	\$ 30.023,18	40%
Deuda	\$ 45.034,79	60%
Tasa de interés	10.5%	Anual
Período	5	Años

FUENTE: Tasa de Interés

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

CUADRO N° 35: Tabla de Amortización

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO				
PERIODO	PAGO	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO
0				\$ 45.034,79
1	\$ 7.303,54	\$ 4.728,65	\$ 12.032,19	\$ 37.731,25
2	\$ 8.070,41	\$ 3.961,78	\$ 12.032,19	\$ 29.660,84
3	\$ 8.917,80	\$ 3.114,39	\$ 12.032,19	\$ 20.743,04
4	\$ 9.854,17	\$ 2.178,02	\$ 12.032,19	\$ 10.888,86
5	\$ 10.888,86	\$ 1.143,33	\$ 12.032,19	<u>0</u>
TOTAL	\$ 45.034,79	\$ 15.126,17	\$ 60.160,96	

FUENTE: Tabla de Amortización

ELABORADO POR: Julie Cucalón Gonzabay

COCLUSIONES.

El sector artesanal en la rama de corte y confección de la provincia de Santa Elena, forma parte de la industria de la confección en el país; por muchos años fue desatendido por los gobiernos de turno, en la actualidad existen instituciones gubernamentales preocupadas por que los gremios que están en situaciones similares a la de las costureras de Palmar puedan legalizar sus actividades y participar de manera directa en el ámbito productivo y comercial del mercado en el que desarrollan sus actividades.

La Asociatividad es una estrategia que permite enfrentar los problemas que se presentan al trabajar de manera individual y para lograr un mayor posicionamiento en el entorno en que desarrollan sus actividades comerciales, pero debe contar con el apoyo y colaboración de cada una de las integrantes del gremio para alcanzar objetivos comunes.

Los beneficios de la capacitación que ofrecen las instituciones estatales y el acceso al crédito productivo para mejorar su producción y competitividad en el mercado.

La propuesta considera la implementación de estrategias de desarrollo productivo y estrategias de competitividad, para que la agrupación pueda definir las acciones que se deben de organizar y las metas a las cuales se pretenda llegar para lograr óptimos resultados en los negocios de la agrupación.

RECOMENDACIONES.

Aprovechar las oportunidades que brindan las instituciones del Estado y los organismos de apoyo a la legalización de los emprendimientos, de manera que puedan incursionar con fuerza en nuevos mercados pero como una organización con objetivos y metas comunes, y constituida legalmente.

La conformación legal de un grupo asociativo para las modistas artesanales de la comuna Palmar es un mecanismo que debe ser aplicado para alcanzar los objetivos propuestos.

Resulta imprescindible el diseño de una estructura organizacional adecuada a las necesidades de la agrupación de costureras, acompañada de cambios fundamentales en la cultura empresarial con la finalidad de lograr mayores niveles de competitividad.

Tomar en consideración las estrategias de desarrollo productivo y estrategias de competitividad delineadas para lograr una asociación auto sustentable, optimizar la productividad y lograr la competitividad esperada.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarez Torres, M. (2006). Manual de Planeacion Estratégica. México: Panorama Editorial S.A.

Amaya, J. (2005). Gerencia de Planeción y Estratgia. Mexico: Person Eduacción de Mexico S.A.

Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica. 5ta. Edición. Caracas: Editorial Episteme

Artal, M. (2012). Dirección de Ventas: Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores. 11va. Edición. Madrid: ESIC Editorial

Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito.

Bernal Torres, C. (2010). Metodología de la Investigación. Colombia: Person Educación de Colombia Ltda.

Chavarría X, L. L. (2 de Septiembre de 2005). Escuela Superior Politécnica. Recuperado el 17 de Julio de 2012, de http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-34576.pdf

Chiavenato, I. (2010). Planeación Estratégica. México: Elsevier Editora Ltda.

Ecuador. (1997). Ley de Defensa del Artesano. Registro Oficial N° 71.

Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador.

Ecuador. (2010). Código Orgánico de la Procción Comercio e Inversiones. Registro Oficial N° 351.

Ecuador. (2011). Ley de Economía Popular y Solidaria. Registro

Fred R., D. (2003). Concepros de Administración Estratégica. México: Pearson Educación de México S.A.

Gerez y Grivalja . (2005). Modelo asociativo para el mejoramiento de la competitividad. Cayapa, 105.

Gomez, M. J. (2007). La Investigación Educativa: Clases Teóricas. España: McGraw Hill.

Gonzalo J. (2010). La Asociatividad como fenómeno evolutivo, Análisis de casos Colombianos. Bogota: Revista EAN No. 68.

José Luis Belío, Ana Sainz Andres. (2007). Claves para gestionar precio, producto y marca. Madrid: Especial Directivos.

José Yuni, C. B. (2006). Técnicas para Investigar y Formular Proyectos de Investigación. Argentina: Editorial Brujas.

Mendéz, C. (2006). Diseño y Organización del Proceso de Investigación con Énfasis a Ciencias Empresariales. Bogota, Limusa: Editores S y C.

Michael R. Czinkota, I. A. (2008). Marketing Internacional. Mexico: Edamsa Impresiones S.A. de C.V.

Morosi, P. (2001). Buscan promover la competitividad de las pequeñas empresas.

Norman Gaither, Greg Frazier. (2000). Administración de Producción y Operaciones. Mexico: International Thomson Editores.

Porter, M. (2009). Ventaja Competitiva, Creación y sostenimiento de un Desempeño Superior. Argentina: Tree Free Press a Division of Macmillan. Inc. Rei Argentina, S.A. Moreno 3362, Buenos Aires.

Reyes Ponce, A. (2005). Administración de Personal 1. México: Limusa S.A.

Sallenave, J. P. (2007). La Gerencia Integral. Colombia: Ediciones Versalles Ltda.

Zambrano Barrios , A. (2007). Planificacion Estartegica, Presupuesto y Control.
Caracas: Editorial Texto C.A.

PÁGINAS WEB:

http://www.revistalideres.ec/emprendedores/MarcoLopez-sectorartesanal-Ecuador-entrevista-artesano_3_958734118.html.

<http://www.jnda.gob.ec/index.php/historia-de-la-jnda>.

<http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>

http://www.economiasolidaria.org/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf

<http://www.planificacion.gob.ec/>

http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/asociapymemariela.htm>

<http://www.aite.com.ec/>

<http://listado.mercadolibre.com.ec/otras-categorias/maquinas-de-coser-industriales>

http://www.ieps.gob.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&layout=edit&id=57

<https://www.google.com.ec/search?q=maquinas+de+coser&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=k7ceU7eMO6Lk0wHq3oD4Bg&ved=0CDQQsAQ&biw=1280&bih=933>

ANEXOS

ANEXO N° 1 Carta Aval

Santa Elena, 11 de octubre del 2014

Econ. Félix Tigrero
Director de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial
Universidad Estatal Península de Santa Elena

Presente.-

De mis consideraciones

Yo, Beccy Gonzabay González presidenta provisional de la asociación de modistas artesanales de la comuna Palmar "ASOMOA", notifico la aceptación del "MODELO DE ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA PARA FORTALECER LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE LAS MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2014", que la estudiante de la carrera que usted dirige, Julie Stefanie Cucalón Gonzabay con numero de C.I: 0922447933 desea implementar con las artesanas dedicadas a la confección de prendas de vestir.

Esperando que el presente documentos se de uso para uso pertinente, quedo agradecida por el trabajo que los estudiantes demuestran para ayudar a las comunidades de la provincia de Santa Elena

ATT,



BECCY GONZABAY
Presidenta provisional de la asociación

FIRMAS DE RESPALDO PARA CONFORMAR LA ASOCIATIVIDAD PARA
FORTALECER LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE LAS MODISTAS DE LA
COMUNA PALMAR, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2013"

Nº	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA	FIRMA
1	Juana Habel Parrales	0922408851	Juana Habel Parrales
2	Gloria Gonzabay S.	0912566379	Gloria Gonzabay S.
3	Yolanda Gonzalez	0920532645	Yolanda Gonzalez
4	Liliana Gualpo	0925918088	Liliana Gualpo
5	Mercy Gonzalez G.	0918755453	Mercy Gonzalez G.
6	Mercedes Rosales	0927260141	Mercedes Rosales
7	Lady Gualpo	0925910937	Lady Gualpo
8	Alcio Pituañe	0920226211	Alcio Pituañe
9	Alexandro Aguirre Lopez	0924669344	Alexandro Aguirre Lopez
10	Vanessa Gonzabay	0926055358	Vanessa Gonzabay
11	Cecilia Gonzabay Gualpo	0910144373	Cecilia Gonzabay Gualpo
12	Rosalia Arioba	0926678397	Rosalia Arioba
13	Georgina Parrales	0909812885	Georgina Parrales
14	Laura Gonzalez	0923394360	Laura Gonzalez
15	Susana Gonzalez	0922331362	Susana Gonzalez
16	Angela Tomala	0922423356	Angela Tomala
17	Patricia Garcia Gonzalez	0910110469	Patricia Gonzalez
18			
19			
20			



BECCY GONZABAY
Presidenta provisional de la asociación

ANEXO N° 2 Petitorio para la asociación

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

Oficio NO-0006- CIDE-E- 2013

La Libertad, 11 de julio del 2013

Señora
BECCY GONZABAY
Presidenta de la Asociación de Mujeres de Palmar
Presente.-

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo a la vez que los más sinceros de éxito en las funciones que usted tan acertadamente dirige.

Mediante la presente comunico a usted que la señorita CUCALON GONZABAY JULIE, estudiante de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, debe realizar el desarrollo de su tema de tesis con fines académicos, previo la obtención del título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, motivo por el cual solicito a usted comedidamente se brinden las facilidades, para realizar su proyecto denominado **PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LAS MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALAR CANTON SANTA ELENA AÑO 2.013.**

En espera de su afirmativa respuesta a este petitorio, me despido de usted no sin antes reiterar mis sentimientos de consideración y estima más distinguidos.

Atentamente,


Econ. Félix Tigrero González, MSc.
Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial
DIRECTOR



Dirección: Campus Universitario Vía La Libertad Santa Elena - Teléfonos: 04-2780018 04-2784504
E-mail: info@unse.edu.ec Página Web:
Casilla Postal N° 09-01-16439 Guayaquil - Ecuador
La Libertad - Ecuador

ANEXO N°3 Listado de las modistas artesanales

LISTADO DE LAS MODISTAS ARTESANALES DE COMUNA PALMAR		
N° DE INTEGRANTES	NOMBRES Y APELLIDOS	N° DE CEDULA
1	IVONNE MABEL PARRALES	0922408851
2	GLORIA GONZABAY GONZÁLEZ	0912566379
3	CARMEN GONZABAY GONZÁLEZ	0912566381
4	YOLANDA GONZALEZ	0920532645
5	LILIANA GUALPA	0925918088
6	MERCY GONZALEZ	0918755455
7	MERCEDES ROSALES	0927260141
8	LADY GUALPA	0925910937
9	ALICIA PIHUAVE	0920226211
10	ALEXANDRA AQUINO	0924669344
11	VANESSA GONZABAY	0928055358
12	CECILIA GONZABAY	0910144575
13	ROSALIA MIRABA	0928678897
14	GEORGINA PARRALES	0909818285
15	LAURA GONZALEZ	0923394880
16	SUSANA GONZALEZ	0927831382
17	ANGELA TOMALA	0922425350
18	PATRICIA GARCIA	0910110489
19	MARIA CUCALON	0918746532
20	DELIA QUIMI	0910112507

ANEXO N° 4 Solicitud De Constitución

Santa Elena, Agosto del 2014.

Señor.

Dr. Hugo Jácome Estrella.

SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.

Presente.-

De mi consideración:

Yo, Gonzabay González Gloria Esther, con Cédula de Ciudadanía No. 0912566379, mayor de edad, legalmente capaz, en mi calidad de **Presidente Provisional de la ASOCIACION DE MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR., "ASOMOAP"**, con Domicilio Barrio 16 de Julio calle Eladio Cucalón, de la comuna Palmar de la Parroquia Colonche del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, respetuosamente solicito que, previa calificación de la documentación requerida en el Artículo 6 del Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario que adjunto a la presente, se digno **APROBAR la PERSONALIDAD JURÍDICA** de la Asociación de Modistas artesanales de la comuna Palmar, conforme lo dispuesto en el Artículo 9 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y en el Art. 11 del Reglamento General de la LOES. Informo a usted que el Estatuto fue realizado conforme a la Ley, y aprobado en tres Asambleas Generales, efectuada el 08, 15 y 22 de Julio del 2014, conforme consta en el libro de Actas, al que me remito en caso de ser necesario.

Una vez que se haya concedido la Personería Jurídica y Aprobado nuestro Estatuto, solicito que se digno notificar al Ministerio encargado de llevar el Registro Público, para los fines pertinentes.

Atentamente.

Gonzabay González Gloria Esther

C.I. # 0912566379

PRESIDENTA DE ASOMOAP",

Adjunto: Lo indicado en el Artículo 6 del Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

182

NOMINA DEL ORGANO DIRECTIVO ELEGIDA POR LA PRIMERA ASAMBLEA GENERAL DE LA ASOCIACION DE MODISTAS ARTESANALES DE LA COMUNA PALMAR, "ASOMOAP" EN SESION CELEBRADA EL 23 DE JULIO DEL 2014.

ÓRGANO DIRECTIVO PROVISIONAL:

PRESIDENTE: GONZABAY GONZALEZ GLORIA ESTHER

SECRETARIO: PARRALES TOMALA IVONNE MABEL.

TESORERO: GARCIA GONZALEZ PATRICIA LORENA

VOCALES PRINCIPALES: (3)

PRIMER VOCAL PRINCIPAL: GONZABAY GONZALEZ CECILIA

SEGUNDO VOCAL PRINCIPAL: ALICIA PIHUAVE MALAVE

TERCER VOCAL PRINCIPAL: LAURA GONZALEZ PARRALES.

CERTIFICA: La Sra. Parrales Tómalá Ivonne Mabel, Secretaria Provisional de la asociación de ~~modistas~~ artesanales de la comuna Palmar, " ASOMOAP", CERTIFICA La Presente Nomina Del Organo Directivo de la Asociación de modistas artesanales de Palmar, " ASOMOAP", en Asamblea General de Socios efectuada, el día de hoy 23 de Julio del 2014.

Parrales Tómalá Ivonne Mabel
Secretaria Provisional

ANEXO N° 5 Formación de Estatutos de la SEPS

CONSTITUCIÓN

ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN

TÍTULO PRIMERO GENERALIDADES Y PRINCIPIOS

Artículo 1.- CONSTITUCION: Se constituye la Asociación, que se registrá por la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las Resoluciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del ente regulador, el presente Estatuto, los Reglamentos Internos y las normas jurídicas que le fueren aplicables, en razón de su actividad.

Artículo 2.-DOMICILIO, RESPONSABILIDAD Y DURACION: El domicilio principal de la Asociación será el Cantón, Provincia; pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. La asociación será de duración indefinida, y responsabilidad limitada a su capital social, por tanto, la responsabilidad de sus asociados estará limitada al capital que aporten a la entidad.

Artículo 3.- OBJETO SOCIAL: La Asociación tendrá como objeto principal

Para su cumplimiento podrá efectuar especialmente las siguientes actividades:

1. Adquirir, arrendar, enajenar, administrar, preñar o hipotecar bienes inmuebles;
2. Importar maquinaria, vehículos, equipos, materia prima, insumos y similares, destinados al cumplimiento de su objeto social;
3. Exportar la producción de sus asociados preservando la soberanía alimentaria;
4. Propender al mejoramiento social de sus miembros, mediante la comercialización de los productos o servicios desarrollados por ellos;
5. Propender a la eficiencia de las actividades económicas de sus asociados, fomentando el uso de técnicas y tecnologías innovadoras y amigables con el medio ambiente;
6. Suscribir convenios de cooperación técnica y capacitación con organismos gubernamentales y no gubernamentales, nacionales y/o extranjeros, para el fortalecimiento de las capacidades de sus asociados; y,
7. Promover la integración con organizaciones afines o complementarias, procurando el beneficio colectivo.

TITULO SEGUNDO DE LOS ASOCIADOS

Artículo. 4.- ASOCIADOS: Son miembros de la Asociación, las personas naturales legalmente capaces, con actividades relacionadas con el objeto social establecido en el artículo 3 del presente Estatuto, aceptadas por la Junta Directiva, previo el cumplimiento de los requisitos y procedimientos específicos que constarán en el Reglamento Interno.

Artículo. 5.- OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS ASOCIADOS: Son Obligaciones y derechos de los asociados, además de los establecidos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento General, los siguientes:

1. Intervenir en las Juntas Generales con voz y voto, pudiendo elegir y ser elegidos para los cargos directivos, previo el cumplimiento de los requisitos previstos en el presente estatuto y en su Reglamento Interno;
2. Ser beneficiarios de los programas de capacitación, asistencia técnica y de los servicios que ofrezca la Asociación;
3. Utilizar responsablemente los bienes y servicios comunes;
4. Cumplir las disposiciones legales, reglamentarias, los estatutos sociales y la normativa interna que rigen a la Asociación;
5. Cancelar los aportes de capital no reembolsable y las cuotas ordinarias y extraordinarias que sean fijadas por la Junta General o la Junta Directiva;
6. Desempeñar las obligaciones inherentes al cargo para el que hayan sido designados;
7. Contribuir con su comportamiento al buen nombre y prestigio de la Asociación;
8. No incurrir en competencia desleal en los términos dispuestos en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y su Reglamento;
9. No utilizar a la organización para evadir o eludir obligaciones tributarias propias o de terceros, o para realizar actividades ilícitas;
10. Los demás que consten en el Reglamento Interno.

Artículo 6.- PERDIDA DE LA CALIDAD DE ASOCIADO: La calidad de asociado se pierde por retiro voluntario, exclusión o fallecimiento.

Artículo 7.- RETIRO VOLUNTARIO: El asociado podrá solicitar a la Junta Directiva, en cualquier tiempo, su retiro voluntario. En caso de falta de pronunciamiento por parte de la Junta Directiva, la solicitud de retiro voluntario surtirá efecto transcurridos 30 días desde su presentación.

Artículo 8.- EXCLUSION: La exclusión del asociado será resuelta por la Junta Directiva de conformidad con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno. La exclusión será susceptible de apelación ante la Junta General en última y definitiva instancia.

TÍTULO TERCERO ORGANIZACIÓN Y GOBIERNO |

Artículo 9.- ESTRUCTURA INTERNA: El gobierno, dirección, administración y control interno de la Asociación, se ejercerá por medio de los siguientes organismos:

1. Junta General;
2. Junta Directiva;
3. Junta de Vigilancia; y;
4. Administrador.

DE LA JUNTA GENERAL

Artículo 10.- La Junta General es la máxima autoridad de la Asociación, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

Artículo 11.-ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL

1. Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno;
2. Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
3. Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
4. Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;
5. Aprobar los estados financieros y el balance social de la asociación;
6. Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Administrador;
7. Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva;
8. Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados.

Artículo 12.- CLASES Y PROCEDIMIENTO DE JUNTAS GENERALES:

Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria, quórum y normas de procedimiento parlamentario, constarán en el Reglamento Interno de la Asociación. En la convocatoria constará por lo menos: lugar, fecha, hora de la Junta y el orden del día.

DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 13.- La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, el Secretario y [...] Vocal(es) principales y sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento Interno de la Asociación. Los miembros de la Junta Directiva durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 14.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DIRECTIVA:

Son atribuciones y deberes de la Junta Directiva:

1. Dictar las normas de funcionamiento y operación de la Asociación;
2. Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados;
3. Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la Asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual;
4. Sancionar a los socios de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno;
5. Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la Asociación, con sus respectivos presupuestos;
6. Presentar, para aprobación de la Junta General, los estados financieros, balance social y su informe de labores;
7. Elaborar el proyecto de reformas al Estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la Junta General.

DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

Artículo 15.- La Junta de Vigilancia supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General y la Junta Directiva. Estará integrada por [...] vocales principales y sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos constantes en el Reglamento Interno. Los miembros de la Junta de Vigilancia durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 16.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA: Son atribuciones y deberes de la Junta de Vigilancia:

1. Supervisar los gastos económicos que realice la Asociación;
2. Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada;
3. Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el Administrador;
4. Presentar su Informe anual de labores a la Junta General.

DEL PRESIDENTE

Artículo 17.-ATRIBUCIONES: El Presidente de la Junta Directiva presidirá también la Asociación y la Junta General. Durará 2 años en sus funciones, pudiendo ser reelegido por una sola vez, mientras mantenga la calidad de vocal de la Junta Directiva; y, además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Convocar y presidir las juntas generales y sesiones de junta directiva;
2. Firmar, conjuntamente con el Secretario, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Presidir todos los actos oficiales y protocolarios de la Asociación;
4. Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, Reglamento Interno y demás disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva.

DEL SECRETARIO

Artículo 18.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: El Secretario de la Asociación, además de las funciones y responsabilidades propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;
2. Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;
3. Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del Presidente;
4. Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la Asociación;
5. Custodiar y conservar ordenadamente el archivo;

6. Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida;
7. Notificar las resoluciones;
8. Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

DEL ADMINISTRADOR

Artículo 19.- FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES: El Administrador será elegido por la Junta General, por un periodo de 2 años y además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

1. Representar legalmente a la Asociación;
2. Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y Directiva;
3. Administrar la asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados;
4. Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General;

TÍTULO CUARTO RÉGIMEN ECONÓMICO

Artículo 20.- CAPITAL SOCIAL: El capital social de la Asociación estará constituido por:

1. Las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables;
2. La totalidad de las utilidades y excedentes del ejercicio económico una vez cumplidas las obligaciones legales; y,
3. Las donaciones efectuadas a su favor que, en caso de disolución, no podrán ser objeto de reparto entre los asociados. La Junta General determinará, la organización pública o privada, sin fin de lucro, que será beneficiaria de estos bienes

y que tendrá como objeto social una actividad relacionada con el sector economía popular y solidaria.

Artículo 21.- CONTABILIDAD Y BALANCES: La Asociación aplicará las normas contables establecidas en el catálogo Único de Cuentas emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Los estados financieros y balance social anuales serán aprobados dentro de los primeros noventa días de cada año por la Junta General.

TÍTULO QUINTO DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 22.- TRANSFORMACION: La Asociación podrá transformarse en cooperativa por decisión de las dos terceras partes de los asociados tomada en Junta General convocada para ese efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; o, por disposición de esta Superintendencia, cuando haya superado los niveles de activos, ventas y número de asociados para mantener la condición de Asociación.

Artículo 23.- FUSION: La Asociación podrá fusionarse con otra u otras de actividad similar, por decisión tomada por las dos terceras partes de los asociados en la Junta General convocada especialmente para este efecto y con aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Artículo 24.- DISOLUCION y LIQUIDACION: La Asociación se disolverá y liquidará por voluntad de sus integrantes, expresada con el voto secreto de las dos terceras partes de los asociados, en Junta General convocada especialmente para el efecto; y, por resolución de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con las causales establecidas en la Ley y su Reglamento.

DISPOSICIONES GENERALES

Primera.- Se entienden incorporadas al presente estatuto y formando parte del mismo, las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las dictadas por el ente regulador y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Segunda.- Los conflictos que surgieren al interior de la Asociación serán resueltos según los mecanismos establecidos en el Reglamento Interno que deberá incluir como instancia de resolución, la presentación ante un Centro de Mediación debidamente autorizado y calificado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, antes del ejercicio de las acciones administrativas o judiciales que sean pertinentes.



Tercera.- Los directivos, asociados y administrador de la Asociación, brindarán, obligatoriamente, las facilidades necesarias para la realización de inspecciones, supervisiones, exámenes especiales, auditorías y entregarán la información que fuere requerida por la Superintendencia, caso contrario, serán de su responsabilidad, las sanciones que pudieran imponerse a la asociación

.....
CERTIFICACION DEL SECRETARIO
SECRETARIO

ANEXO N° 6 Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACION			
Título: Plan de asociatividad para las modistas artesanales de la comuna Palmar			
Lugar: Comuna Palmar			
Fecha: Julio del 2014			
Tipo de observación: Campo			
Investigador: Julie Cucalón Gonzabay			
N° De personas Observadas 20 personas			
hora: 13:00 pm -19 pm			
ASPECTO DE LA OBSERVACION			
Acerca de la asociación	PUNTOS		
	Bueno	Regular	Malo
Muestra interés en formar la asociación	X		
Son creativas en la elaboración de las prendas de vestir	X		
Están preparadas para trabajar en equipo		X	
Acerca de la capacitación			
Muestran interés en la capacitación para manejar la asociación	X		
Dispuestas a colaborar para su beneficio	X		
Acerca de los beneficios			
Apoyo mutuo para reducir costo	X		
Financiamiento oportuno	X		
Mejora en la producción y comercialización de sus productos	X		

ANEXO N° 7: Guion de entrevistas

	UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL	
ENTREVISTA		
<p><i>Saludos cordiales, soy Jafie Cocalán, egresado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y estamos conversando con personas como usted sobre importantes temas de la Comuna Palmar De ante mano agradezco su colaboración.</i></p>		
<p><i>Objetivo: Levantar información técnica sobre la actividad artesanales de costura, para identificar elementos de juicio que permitan fortalecer la actividad mediante la Asociatividad.</i></p>		
DAÑOS PERSONA	ES	
Nombre: _____	Comunidad: _____	
Dirección: _____	Teléfono: _____	
Ocupación: _____	Actividad: _____	
Ingreso Mensual: _____	# de integrantes: _____	
Edad: _____	Sexo: Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/>	
Entrevistador: _____	Fecha: ____/____/____	
Coordinador: _____		
1. ¿Qué actividad realizó el último fin de semana?		
Ir de paseo	<input type="checkbox"/>	
Ir de compras	<input type="checkbox"/>	
Trabajar	<input type="checkbox"/>	
Ir a un restaurant	<input type="checkbox"/>	de viaje
2. ¿Cómo surgió su pasión por la costura, y como adquirió los conocimientos de confección?		
	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	
3. ¿Cuánto tiempo lleva dedicándose a la costura artesanal?		
	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	
4. ¿Cuál es el tipo de maquinarias que utiliza al momento de coser?		
	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	
	<input type="checkbox"/>	

5. ¿En qué lugares a desarrollado su actividad?

6. ¿Piensa usted que al innovar las prendas que confecciona, mejoraría su producción?

7. ¿Qué cambios ha observado en el oficio de las modistas artesanales a través del tiempo?

8. ¿Cuál es el futuro que ve en este trabajo?

9. ¿usted se considera una persona emprendedora en su profesión?

10. ¿Considera usted importante la conformación de la asociación para mejorar la producción de sus prendas de vestir?

11. ¿Si tuviera la oportunidad de trabajar en equipos con otras modistas los haría?

12. ¿Qué considera usted que se deba tener en cuenta para trabajar de manera conjunta entre modistas artesanales?

13. ¿Qué destacaría de su labor como modista?

14. ¿Sería conveniente crear una asociación de modistas artesanales en la comuna Palmar?

15. ¿Estaría de acuerdo en colaborar con la asociación si se llevara a cabo?

16. ¿con respecto a la costura artesanal, que recomendaría a quienes al igual que usted se encuentran ejerciendo esta actividad?

BIEN ESO ES TODO
MUCHAS GRACIAS

Fuente y Elaborado por: [Julia Cocalan](#)

ANEXO N° 8 Guion de Encuestas



Encuesta

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN ENCUESTA

Dirigido a posibles clientes personas adultas de la comuna Palmar, de la Provincia de Santa Elena, direccionados a conocer la aceptación de la asociatividad para estas modistas artesanales de la comuna Palmar.

Información General

1. Condición del informante

Género: Masculino
Femenino

2. ¿Cuántos años tiene?

18-25
26-30
31-40

3. ¿Usted ha comprado prendas de vestir a las artesanas de la comunidad?

Si
No

4. ¿Sabía usted que las modistas artesanales confeccionan las prendas de vestir en sus domicilios

Si
No

5. ¿Cree usted conveniente que las modistas artesanales confeccionen las prendas de vestir dentro de sus domicilios?

Adecuado
Inadecuado

6. ¿Qué le parecen los productos que le ofrecen las modistas de la comuna Palmar?

Muy interesante
Atractivo
Nada atractivo

7. ¿Al momento de comprar una prenda de vestir que considera importante?

Calidad
Diseño
Precio

8. ¿Cree usted que el precio de los productos sean accesibles?

Si
No

9. ¿Qué atención recibe usted por parte de las artesanas?

Muy buena
Mala

10. ¿Con que frecuencia compra usted sus prendas de vestir?

De 1 a 6 meses
De 7 meses a 1 año

11. ¿Conoce usted otros lugares que ofrezcan el mismo servicio??

Si
No

12. ¿Ha comprado prendas de vestir en otros lugares?

Si
No

13. ¿ Tiene conocimientos del precio de las prendas de vestir que ofrecen las modistas de manera artesanal

Si
No

14. ¿En qué lugares adquiere usted sus prendas de vestir?

Ferías
Centros comerciales
Boutique

15. ¿Le gustaría que las modistas de la comuna palmar conformen una asociatividad?

Si
No
Tal vez

16. ¿Cree usted que al formar esta asociatividad mejorarían su estabilidad económica?

Si
No
Tal vez

17. ¿Compraría usted una prenda de vestir a las modistas artesanales de la comuna?

Si
No

No escriba su nombre (recuerde que éste instrumento es de carácter académico y anónimo)

Fecha.....

JULIE CUCALÓN GONZABAY GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 9 Maquinarias que se utilizan en el oficio de la confección

Máquina de coser Pespunte o Costura Recta (JR6358QG)	Máquina de coser Costura recta 2 hilos	Máquina de coser Overlock 4 hilos	Máquina de coser Zigzag (JR20U43)	Máquina Cortadora CZD-3 / CZD-
				
ESPECIFICACIONES: Diseño innovador, aspecto agradable, sistema de lubricación automática, volumen de aceite nunca hace el paño rucio, acero inoxidable, alta velocidad, poco ruido, perdurabilidad, rendimiento perfecto.	ESPECIFICACIONES: Mecanismo de alimentación de tipo varilla, doble roscas paralelas, aguja de calibre (5 tamaños para elegir), línea de conexión de la aguja curva para formar una puntada de cadena doble, flexibilidad.	ESPECIFICACIONES: Exclusiva para diversos materiales de costura de unión; decoración de costura: tela de la ropa, ropa interior, ropa de cama, productos de cuero.	ESPECIFICACIONES: Mecanismo de alimentación hacia atrás, posición de la aguja ajustable (regulado entre derecha a izquierda), costura redonda entruelta, forma patrones decorativos de colores.	ESPECIFICACIONES: Lubricación centralizada; radio de incisión recta, pequeña de la curvatura y el corte de la curva; nivel sonoro bajo, alta eficiencia, afilado automático. Ideal para la industria de prenda de vestir.
Son utilizadas para realizar costura agujas, con dos a tres agujas se co (algodón, telas, fibra, lana, plástico coser material fino y medio (ropa, t	s cerradas con un máximo de tres agujas como plana, una sustratos s, cintas, etc.). Adecuado para ejido, cuero, etc.).	Son utilizadas para evitar que las costuras se deshilachen ya que realizan puntadas o bordes de una o dos piezas de tela, define el borde y unir costuras.	Son utilizadas para hacer cosido entre dos líneas paralelas, para coser los bordes de la costura, coser material delgado y grueso en costura recta, costura curvada.	Son utilizadas para corte de todo tipo de tejido y de material grueso o fino.
Máquina Recubridora (JR30002EB)	Máquina Collateras (JR30001CB)	Máquina Ojaladora (JR761)	Máquina Botonadora (JR373)	Máquina Elasticadora - Recubridora
				
ESPECIFICACIONES: Costura plana especial para tejidos de punto, superficie plana, alta velocidad, cubre la costura enrollada borde de la ropa interior, camisas, blusas y ropa deportiva. Recomendable para cinta de unión.	ESPECIFICACIONES: Son similares a las recubridora , controla efectivamente el aceite de la estructura de la barra de agujas, arriba aceite de silicona, abajo dispositivo para evitar el calentamiento y la desconexión de la aguja de la máquina.	ESPECIFICACIONES: Sistema de engrase automático, dispositivo de corte automático del hilo, botón ajustable (velocidad , longitud, número de hoyos puntos; botón de cerraduras de costura de agujeras; cose la línea y el triángulo punto. Recomendable para todo tipo de tejidos.	ESPECIFICACIONES: Para pegar botones de 2 0 4 agujeros. Adecuado para blusa, camisa, chaqueta y ropa de trabajo.	ESPECIFICACIONES: Máquina multi -agujas, suministro automático de aceite, mecanismo de movimiento vertical del gancho, coche de cilindro, rodillo alcanza el proceso al instante, dispositivo de plegado y elástica ajustable.
Son utilizadas para hacer puntos, pueden hacer costuras pespunte y centradas, realiza doblado, cosido y cortado a la vez.	Son utilizadas para hacer ribteados o fileteados de zonas curvas como cuellos, sisas y mangas.	Son utilizadas para realizar los ojales que refuerza los bordes y una vez hechos la misma máquina la corta de manera automática.	Son utilizadas para pegar diversos tipos de botones: de bola, plano de cualquier medida, de dos o cuatro ojillos.	Máquina overlock utilizada para colocar elásticos.
PROVEEDOR: ALMACEN "MAQUINAS HIDALGO" SON IMPORTADORES DIRECTOS, OFRECE SERV. TECNICO Y TODO TIPO DE RESPUESTO EN GENERAL.				

ANEXO N° 10 Fotos de Talleres



Talleres Para dar a conocer el trabajo asociativo



Explicando los beneficios de asociarse



Conformación del comité



Eligiendo al comité provisional



Modistas artesanales de la comuna Palmar



Modistas interesadas en crear la asociación en la comuna Palmar