



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ASOCIACIÓN DE
PEQUEÑOS COMERCIANTES DE ARTESANÍAS “ARTES EN
LAS MANOS” DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACION

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORA: SHAYLI BELENNY RIERA RODRIGUEZ
TUTORA: ING. JESSICA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSC.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ASOCIACIÓN DE
PEQUEÑOS COMERCIANTES DE ARTESANÍAS “ARTES EN
LAS MANOS” DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACION

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORA: SHAYLI BELENNY RIERA RODRIGUEZ
TUTORA: ING. JESSICA LINZÁN RODRÍGUEZ, MSC.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, octubre del 2012

APROBACIÓN DE LA TUTORA

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, **“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS COMERCIANTES DE ARTESANÍAS “ARTES EN LAS MANOS” DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2013”**, elaborado por la Srta. Shayli Belenny Riera Rodríguez, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.
TUTORA

DEDICATORIA

A Dios por brindarme la oportunidad y la dicha de la vida, al brindarme los medios necesarios para continuar mi formación profesional, y siendo un apoyo incondicional para lograrlo ya que sin él no hubiera podido. A mi familia, padres y hermanos que me acompañaron a lo largo del camino, brindándome la fuerza necesaria para continuar y momentos de ánimo, así mismo ayudándome en lo que fuera posible, dándome consejos y orientación, estoy muy agradecida especialmente a mi mami querida Sandra Rodríguez Cruz.

A todos ellos les dedico este trabajo de investigación, sin su apoyo no hubiese podido lograr una meta primordial en mi vida.

Shayli.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a mi prestigiosa Universidad la misma que abre sus puertas a jóvenes, los prepara para un futuro competidor. Al Director de la Carrera, Eco. Pedro Aquino Caiche; de igual manera a mi tutora Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc., quien me ha encaminado en todo momento en la realización de este trabajo de investigación, y por ultimo pero no menos importante a mis catedráticos que me han acompañado durante el largo camino, brindándome siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación.

Shayli.

TRIBUNAL DE GRADO

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

Econ. Pedro Aquino Caiche, MSc.
DIRECTOR DE ESCUELA DE
ADMINISTRACION

Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Ing. Lilia Valencia Cruzaty, MBA
PROFESOR DEL ÁREA

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

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

“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS
COMERCIANTES DE ARTESANÍAS “ARTES EN LAS MANOS” DEL
CANTÓN SALINAS, AÑO 2013”

Autora: Srta. Shayli Riera Rodríguez.

Tutora: Ing. Jessica Linzán Rodríguez, MSc.

RESUMEN EJECUTIVO.

El objetivo del trabajo de investigación es desarrollar un plan por medio de la asociatividad, que permita generar una cooperación entre los integrantes de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas, con el cual se logre identificar objetivos comunes, para así aprovechar las oportunidades del mercado y proponer nuevas metas. Se elaboró un diagnóstico de la situación actual que permitió determinar el nivel competitivo de la asociación y los objetivos comunes del mismo. Después de esto se muestra el proceso que debe seguirse para la formación de la asociatividad, los procedimientos necesarios para agruparlos en búsqueda de los objetivos comunes, incluyendo el perfil de la persona que debería liderar este trabajo de investigación y la estructura que debería seguir el mismo. Este trabajo de investigación se encuentra orientado hacia la búsqueda del perfeccionamiento **del desarrollo comercial y productivo** local de la provincia de Santa Elena principalmente del cantón Salinas, por medio del análisis y la investigación adecuada en el campo correspondiente. La metodología del trabajo de investigación está enmarcada con un enfoque cualitativo, en razón del problema y los objetivos a alcanzar para la ejecución del proyecto, ya que a través del análisis crítico de las cualidades, elaboración y validación de la propuesta, permitirá que se desarrolle el plan de asociatividad. Se empleó las técnicas de observación y de la entrevista, con el objeto de recabar información acerca de las variables, medir opiniones, conocimientos y actitudes de los integrantes de la asociación.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DE LA TUTORA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN EJECUTIVO	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	3
1. TEMA	3
2. EL PROBLEMA	4
3. JUSTIFICACIÓN	7
4. OBJETIVOS	8
5. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	9
CAPÍTULO I	12
MARCO TEÓRICO	12
1.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	13
1.1.1. Plan de asociatividad	13
1.2. MARCO LEGAL	42
1.3. MARCO REFERENCIAL	43
1.4. MARCO SITUACIONAL	46
CAPÍTULO II	51
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	51
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN	52
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	53
2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	54
2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA	57

2.6.1. Población.....	57
2.6.2. Muestra	59
2.7. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	59
CAPÍTULO III.....	61
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	61
3.2. ANALISIS DE LA ENTREVISTA.....	64
3.3. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	66
3.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
3.4.1. Conclusiones	78
3.4.2. Recomendaciones	79
CAPÍTULO IV	80
PROPUESTA	80
4.1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD.....	80
4.2. OBJETIVOS	80
4.3. VENTAJAS COMPETIVIVAS	83
4.4. FODA.....	84
4.5. BENEFICIO DEL PLAN ASOCIATIVIDAD.....	88
4.6. Modelo propuesto del plan de asociatividad para la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”.....	89
4.6.1. Manuales de funciones.....	90
4.6.2. Descripción genérica de la estructura	95
4.7. PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA MEJORAR LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS	
4.7.1.1. Taller artesanal adecuado para la producción.....	98
4.7.1.2. Comercialización de nuevos productos	101
4.7.1.3. Canales de distribución para la comercialización.....	104
4.7.1.4. Estrategia de capacitación del recurso humano	115
4.7.1.5. Contratación de personal en el área financiera	120

4.8. Estudio Financiero	123
4.8.1. Precio, Costo y Punto de Equilibrio.	123
4.8.2. Inversión Inicial	125
4.8.3. Costos y Gastos.....	127
4.8.4. Depreciaciones	128
4.8.5. Amortización de Financiamiento	130
4.8.6. Presentación de Estados Financieros	131
4.8.6.1. Estado de Situación Inicial.....	131
4.8.6.2. Estados de Resultados.....	132
CONCLUSIONES	142
RECOMENDACIONES	143
BIBLIOGRAFIA	144
Documentos:	146

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico No. 1: Mecanismo de cooperación.....	66
Grafico No. 2: Participación voluntaria	67
Grafico No. 3: Esfuerzo en conjunto.....	68
Grafico No. 4: Punto de distribución	69
Grafico No. 5: Oportunidad de mercado.....	70
Grafico No. 6: Metas.....	71
Grafico No. 7: Actividad comercial	72
Grafico No. 8: Valor agregado.....	73
Grafico No. 9: Producción	74
Grafico No. 10: Planificación	75
Grafico No. 11: Comercialización	76
Grafico No. 12: Ventas	77
Grafico No. 13: Flujo de comercialización de la artesanía	105

INDICE DE FIGURA

Figura No. 1: Proceso de producción.....	31
Figura No. 2: Mapa del Cantón Salinas	48
Figura No. 3: Beneficios de la asociatividad	89
Figura No. 4: Modelo propuesto de organigrama	89
Figura No. 5: Herramientas de trabajo	100
Figura No. 6: Lámparas.....	101
Figura No. 7: Carritos de madera	102
Figura No. 8: Bolso artesanal.....	103
Figura No. 9: Mercado de víveres “Jorge Cepeda Jácome”.....	106
Figura No. 10: Centro Comercial “Buenaventura Moreno”	108
Figura No. 11: Actividades para el local del Centro Comercial “Buenaventura Moreno”.	109
Figura No. 12: Malecón del cantón La Libertad	110
Figura No. 13: Programa de mejora competitiva artesanal.....	119

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1: Operacionalización de variables.....	10
Cuadro No. 2: Clasificación de la población	58
Cuadro No. 3: Clasificación de la muestra.....	59
Cuadro No. 4: Ganancias	88
Cuadro No. 5: Plan de Acción	97
Cuadro No. 6: Actividades para el local del Mercado de víveres “Jorge Cepeda Jácome”	107
Cuadro No. 7: Actividades para la isla del Malecón del cantón La Libertad.	111
Cuadro No. 8: Ferias peninsulares relevantes	112
Cuadro No. 9: Ferias nacionales relevantes	113
Cuadro No. 10: Detalles del concurso.....	114
Cuadro No. 11: Detalles del segundo concurso	114
Cuadro No. 12: Presupuesto del concurso	115
Cuadro No. 13: Capacitaciones del Ministerio de Inclusión Económica y Social	116
Cuadro No. 14: Procedimiento de la herramienta Exportafácil	118
Cuadro No. 15: Remuneración del contador.....	121
Cuadro No. 16: Asociación	150
Cuadro No. 17: Cronograma para socializar las actividades.	151

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Mecanismo de cooperación.....	66
Tabla No. 2: Participación voluntaria	67
Tabla No. 3: Esfuerzo en conjunto.....	68
Tabla No. 4: Punto de distribución	69
Tabla No. 5: Oportunidad en el mercado	70
Tabla No. 6: Metas	71
Tabla No. 7: Actividad comercial	72
Tabla No. 8: Valor agregado	73
Tabla No. 9: Producción	74
Tabla No. 10: Planificación.....	75
Tabla No. 11: Comercialización	76
Tabla No. 12: Ventas.....	77

INDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1: Encuesta.....	147
Anexo No. 2: Entrevista.....	149
Anexo No. 3: Número de Artesanos de la Asociación de los Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos” del cantón Salinas	150
Anexo No. 4: Socialización del plan de asociatividad a los miembros de la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”.....	151
Anexo No. 5: Calendario de eventos en Ecuador 2012	152
Anexo No. 6: Formas de Acceder a los servicios institucionales - MIES	154
Anexo No. 7: Horarios de atención - MIES.....	155
Anexo No. 8: Fotos	156
Anexo No. 9: Certificado de revisión de la redacción y ortografía	159

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país diverso, cuenta con innumerables productos artesanales que identifica a cada una de sus regiones y revela la habilidad con la que cuentan sus artesanos para plasmar su imaginación y creatividad en artículos ya sean para uso personal, uso doméstico, accesorios, prendas de vestir y otros artículos artesanales, los mismos que son difundidos a nivel nacional e internacional.

Considerando que el valor agregado de un país es el turismo y su identidad local, la producción artesanal se transforma en una de las representaciones fundamentales que son dadas a conocer por medio del comercio y la exportación generando así la gran importancia que tiene esta actividad. Es por ello que es imprescindible contribuir al fomento de las artesanías, encaminar esta actividad a elevar las condiciones naturales de vida de los hacedores de las mismas y lograr afianzar esta actividad como una fuente importante para la obtención de recursos económicos.

El presente “Plan de Asociatividad para la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías «Artes en las Manos» del cantón Salinas”, fue realizado en base a una investigación netamente de campo, ya que se compartió vivencias y experiencia con los artesanos y artesanas que día a día ejercen esta actividad como fuente principal de ingreso económico, así como también conversaciones y entrevistas con autoridades de la ciudad que están encaminados al desarrollo sostenido de esta actividad. Este trabajo de investigación se lo estructuró en cuatro capítulos, los mismos que están detallados de la siguiente manera:

Capítulo I, trata aspectos relativos al marco teórico del trabajo de investigación. Al principio se consideran los antecedentes, después se aborda el marco conceptual de donde se analizan las fundamentaciones, sustentadas por medio de una amplia información bibliográfica e investigativa, además de las preguntas

directrices. Dentro de este primer capítulo se podrá también observar la manifestación de la actividad artesanal en el Ecuador, la historia y actualidad de la artesanía y lo que conlleva a la misma. La fundamentación legal es parte importante dentro de este capítulo y la ubicación del Plan de Asociatividad que será un beneficio para la asociación involucrada.

Capítulo II, se refiere al marco metodológico, en este trabajo de investigación está enmarcado con un enfoque cualitativo, en razón del problema y los objetivos a alcanzar para la ejecución del trabajo de investigación ya que a través del análisis crítico de las cualidades, elaboración y validación de la propuesta, permite que se desarrolle el plan de asociatividad. También forman parte de este capítulo el tipo de investigación que en este caso se desarrolló una investigación por el propósito, por el nivel de estudio, por el lugar e investigación de campo, los métodos seleccionados fueron estadístico y analítico, las técnicas que se utilizaron fueron la observación y encuesta. La muestra que se aplicó es la probabilística, con el muestreo aleatorio simple; las técnicas e instrumentos para la obtención de datos que se empleó, fue ficha de observación, entrevista y encuestas.

Capítulo III, dentro de este capítulo se realizan algunos análisis, en primer lugar se realiza una ficha de observación hacia la satisfacción del cliente, continuando con una entrevista a las autoridades que se encuentran involucradas en este trabajo de investigación y por último unas encuestas realizadas a los miembros artesanos de la asociación, posteriormente se efectúa la recolección de datos para la encuesta realizada a los asociados los mismos que se tabularan para analizarlos y confrontarlos con el problema obteniendo los objetivos deseados.

Capítulo IV, pertenece a la propuesta del trabajo de investigación, como es el plan de asociatividad para mejorar la producción y comercialización de la asociación de pequeños comerciantes de artesanías “Artes en las manos” del cantón Salinas, año 2013.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1. TEMA

“PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA LA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS COMERCIANTE DE ARTESANÍAS “ARTES EN LAS MANOS” DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2013”

2. EL PROBLEMA

Planteamiento del problema.

Las artesanías tienen un valor cultural dentro de nuestro país, ha sido fuente de ingresos económicos para muchos ecuatorianos especialmente para los habitantes del cantón Salinas como es el caso. Los miembros de la asociación de pequeños comerciantes de artesanías “Artes en las Manos”, no ha aprovechado el entorno donde se desempeña, por falta de emprendimiento y hace que su trabajo artesanal se minimice.

Situación Actual.

La Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” es una de las tantas asociaciones que laboran en el cantón Salinas, y sus múltiples artesanías agradan a propios y extraños pero poseen falencias que deben ser mejoradas por sus integrantes.

Entre las cuales tenemos:

- Trabajo de manera individual sin esforzarse por la asociación.
- No se aprovecha las oportunidades del mercado.
- Falta de estructura organizativa.
- Capacitación al talento humano.
- Producción y comercialización media.

Aspectos importantes que perjudican el desarrollo económico de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”, del cantón Salinas.

Se necesita desarrollar niveles de mejora para que su actividad prospere dentro de un mercado muy competitivo.

Al plantear estos problemas que afronta la asociación perteneciente al cantón Salinas también se plantea soluciones que son necesarias para el desarrollo económico del cantón y de la provincia en general. Son situaciones que forman parte del diario vivir y son considerados para el planteamiento y desarrollo de este trabajo de investigación, contando con el respaldo de su principal líder el Sr. Abel Burgos, el cual ha colaborado en todo lo necesario para que se lleve a cabo este trabajo de investigación.

Situaciones futuras (Pronóstico).-

Los aspectos ya mencionados anteriormente promueven la apertura de un Plan de Asociatividad para la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”, del cantón Salinas, se busca la mejora del trabajo en conjunto de los miembros de la misma por ende se pronostica:

- Trabajo en equipo, así sus actividades diarias se realizan con armonía e intercambian ideas para el término del producto artesanal.
- Oportunidades del mercado, que las mismas sean aprovechadas para así aumentar sus ingresos económicos y lograr la expansión de su asociación.
- Creación de una estructura organizativa, así se trabajara con planificación y organización por medio de sus directivos, los cuales buscarán nuevas ideas para la evolución de la asociación.

- Talento humano capacitado, sin lugar a duda un aspecto primordial para que la asociación avance con paso firme dentro de los nuevos mercados a explorar con la guía de su estructura organizativa.
- Producción y comercialización acorde a las oportunidades del mercado, por lo cual se debe involucrar al personal para que aumente su capacidad productiva para cubrir la demanda.

Formulación del Problema

¿Cómo desarrollar un plan por medio de la asociatividad para mejorar la producción y comercialización de artesanías, que permita generar una cooperación entre los integrantes de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”?

Interrogantes del Problema

- ¿Cuál el enfoque que se debe dar a la asociatividad dentro del campo artesanal?
- ¿Es posible desarrollar una unión fuerte entre los miembros de la Asociación de pequeños comerciantes de artesanías “Artes en las Manos”?
- ¿Cuál es el marco legal que sustente la investigación?
- ¿La asociación de pequeños comerciantes de artesanías “Artes en las manos” estará interesada en formar un plan de asociatividad?

- ¿El desarrollo del plan de asociatividad es la solución a los problemas individuales que se presentan en la asociación?

3. JUSTIFICACION

La asociatividad es un mecanismo de cooperación, en donde cada una de las asociaciones que participan mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su integración en un esfuerzo conjunto con los otros participantes siendo importante para el logro de objetivos comunes, algunos de los cuales pueden ser coyunturales, tales como la adquisición de materia prima; estar orientados hacia la generación de una relación más estable en el tiempo, como la investigación y desarrollo de tecnologías para el beneficio común.

El trabajo de investigación responde primordialmente a las necesidades de los miembros de la asociación, a sus familias, al mercado donde desarrollan su actividad comercial ayudando al crecimiento económico del cantón Salinas y la provincia en general. Se determinó la aplicación de estrategias pertinentes para el desarrollo del plan de asociatividad.

Se desarrolló este estudio para mejorar los procesos de la organización, siendo un beneficio para la asociación por ello, se proyectará el desarrollo del plan de asociatividad con responsabilidad hacia el progreso de la misma, contando con el apoyo de los miembros, los cuales desean expandirse en el mercado y ser más competitivos.

Las personas beneficiadas con este estudio son los integrantes de la asociación, porque a través de las acciones realizadas se logró que se ampliaran sus conocimientos, tengan un concepto más claro de la asociatividad.

Se utilizaron como instrumentos de medición la guía observación directa, la entrevista y la encuesta las cuales permitieron resaltar las carencias de asociación, por esta razón es importante dentro de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” involucrar el plan de asociatividad para cubrir la necesidad que afronta.

La población considerada en este estudio fueron los miembros de la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”, sin lugar a duda su participación animara a las demás asociaciones a involucrarse en este tipo de trabajo de investigación.

4. OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar un plan de asociatividad aplicando técnicas, herramientas y estrategias que mejore la actividad comercial para la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”.

Objetivos Específicos

- Respalda la importancia que tiene la asociatividad a través de los conocimientos teóricos de autores involucrados en este aspecto para la justificación del beneficio de su aplicación en este trabajo de investigación.

- Elaborar instrumentos de investigación que permitan la participación de los involucrados mediante la operacionalización de las variables para la recopilación de información acorde al objeto de estudio.
- Analizar los resultados obtenidos que se dieron en la investigación mediante criterios fundamentados en la verdad para la obtención de la realidad de la asociación.
- Diseñar la propuesta con técnicas, herramientas y estrategias para la mejora de la producción y comercialización de artesanías.

5. HIPOTESIS Y OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Hipótesis.-

El diseño del plan de asociatividad permitirá el mejoramiento de la producción y comercialización de artesanías de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas.

Variables.-

Las variables son aquellas que se pueden medir, controlar y estudiar en una investigación. Es decir las variables deben ser susceptibles de medirse u observarse, indican los aspectos relevantes del fenómeno en estudio y que está en relación directa con el planteamiento del problema. A partir de ello se seleccionan las técnicas e instrumentos de información para la ejecución del problema en estudio.

Variable Independiente: Plan de asociatividad.

Variable Dependiente: Producción y comercialización de artesanías.

Cuadro No. 1: Operacionalización de variables

HIPOTESIS	VARIABLE	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
La ejecución del Plan de asociatividad permitirá la unión de todos los miembros de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas.	Independiente: Plan de asociatividad	Mecanismo de cooperación entre personas que deciden voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto, para la búsqueda de objetivos, oportunidades y metas comunes.	Mecanismo de cooperación	Colaboración	¿Existe colaboración entre miembros de la asociación?	Observación Entrevista Encuesta
			Decisión voluntaria	Participación	¿Su trabajo dentro de la asociación conlleva a una participación voluntaria?	
			Esfuerzo en conjunto	Trabajo en grupo	¿Se trabaja por la asociación de manera que sea un esfuerzo en conjunto?	
			Objetivo común	Puntos de distribución	¿Estaría dispuesto a laborar en un punto de distribución para expandirse en el mercado?	
			Oportunidad	Mercado	¿Innovan sus productos de manera constante para aprovechar las oportunidades del mercado?	
			Metas comunes	Finalidad	¿La asociación se esmera para cubrir metas?	

VARIABLE	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS
Dependiente: Producción y comercialización de artesanías.	Actividad económica que aporta valor agregado a la producción y planifica las medidas de comercialización y venta del producto	Actividad económica	Comercio	¿Estaría dispuesto a incrementar su actividad económica?	Observación Entrevista Encuesta
		Valor agregado	Innovación	¿Sus artesanías cuentan con un valor agregado que las diferencien de las demás?	
		Producción	Capacidad artesanal	¿Su producción es adecuada dentro de la organización?	
		Planificación	Organización de actividades	¿Posee una planificación acorde a la necesidad del mercado?	
		Comercialización	Distribución de producto	¿La comercialización de sus artesanías cubre las expectativas dentro de la asociación?	
		Venta	Capacidad para ofrecer	¿Necesitan capacitación para incrementar sus ventas?	

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO.

La Asociación “Artes en las Manos” ha estado dividida de manera profunda a través de los años, como consecuencia de una coyuntura social, generada por diversas causas tales como:

- Falta de capacitación en conjunto.
- Baja producción
- Comercialización empírica de sus productos.

Actualmente los artesanos asociados se han desmotivado por la falta de capacitación acorde a sus actividades pero esto puede variar y convertirse en un rubro capaz de lograr crecimiento y desarrollo. Se considera artesanía, todo producto elaborado a través de la ejecución de actividades llevadas a cabo generalmente en pequeños talleres con baja división social del trabajo y con predominio de la energía humana, física y mental, complementada con herramientas y máquinas relativamente simples.

En nuestro país Ecuador la artesanía se manifiesta por la unión de los conocimientos ancestrales articulados a la materia prima, que han dado origen a cientos de objetos que reflejan, de manera extraordinaria, la diversidad cultural en todas y cada una de sus provincias. La actividad artesanal forma parte de las redes sociales, económicas y culturales del medio rural, de las zonas populares de las ciudades y desde luego de las etnias indígenas originarias de nuestro país.

1.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1.1. Plan de asociatividad

Se revisó experiencias de asociatividad a través de documentos escritos por varios apasionados al tema como:

Narváez Mercy; Fernández Gladys; Gutiérrez Carmen; Revilla José G.; Pérez Carmen con el tema Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná Multiciencias, Vol. 9, Núm. 2, mayo-agosto, 2009, Universidad del Zulia Venezuela indica que “ El mismo que identifica algunos componentes asociados a la construcción de un Modelo de Asociatividad Empresarial orientado al fortalecimiento de las pymes locales, en el cual se integran el marco conceptual que soporta su fundamentación teórica y los aspectos prácticos derivados del estudio realizado a nivel de las pymes entre Octubre de 2007 y Julio de 2008”.Página # 157.

También Mónica G. Liendo y Adriana M. Martínez. Estudiantes del Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía de la Universidad de Rosario - Argentina menciona que “de acuerdo a estos autores la forma de funcionamiento tradicional de las Pymes se ha visto en la necesidad de encarar procesos de reconversión para sobrevivir en el mercado. No obstante ello, a pesar de la flexibilidad que caracteriza a este sector, una gran parte del mismo no ha podido afrontar con éxito las nuevas condiciones imperantes. Frente a esta realidad, el desarrollo de capacidades innovadoras, se convierte en un elemento fundamental para la búsqueda de una mayor competitividad”. Página # 41

Y por último Raúl Poliak en un artículo publicado en la revista de IDEA de mayo de 2001 dijo “Cuando hablamos de asociatividad, incluimos una cantidad de conceptos, como acuerdos, alianzas estratégicas, articulación entre grandes empresas y pymes, eslabonamiento productivos, redes. Pero fundamentalmente es

una estrategia de colaboración colectiva, que está vinculada a negocios concretos; es una herramienta al servicio de un negocio. Las empresas, en ese contexto, desarrollan un esfuerzo colectivo para la concreción de objetivos comunes, que pueden ser muy disímiles, desde comprar en común programas de investigación y desarrollo o mejores posicionamientos en la cadena de valor para su esquema de negociación”. Página # 4

Estas experiencias plasmadas en documentos promueven al fortalecimiento de la asociatividad en el Ecuador específicamente en el cantón Salinas. La misma que posee un sin número de agrupaciones que se dedican a la actividad comercial. Los cuales buscan nuevas oportunidades dentro del mercado local y nacional con el fin de mejorar su calidad de vida.

Asociatividad

López Cerdán, Carlos. Redes empresariales, Experiencia en la región Andina. Perú, 2003 indica que “Es bien sabido que en la actualidad se torna cada vez más difícil para las Pymes actuando de manera individual, dado su insuficiente tamaño y sus dificultades operativas, poder alcanzar resultados exitosos. En este contexto, el término asociación surge como uno de los mecanismos de cooperación mediante el cual las pequeñas y medianas empresas unen sus esfuerzos para enfrentar las dificultades derivadas del proceso de globalización”. Página # 14

López también menciona que el plan de asociatividad surge como uno de los mecanismos de cooperación que persigue la creación de valor a través de la solución de problemas comunes originados fundamentalmente, por falta de escala. Es decir, la insuficiencia del tamaño de las empresas hace muy difícil la incorporación de tecnologías, la penetración a nuevos mercados y el acceso a la información, entre otros.

Por lo que la asociatividad permite a través de la implementación de estrategias, mecanismos o movimiento voluntario dentro de la asociación, alcanzar niveles de competitividad similares a los de gremios de mayor envergadura del cantón.

Conceptos básicos para orientar la asociatividad

- **Gremio:**

Para el maestro Guillermo Cabanellas, “gremio” lo entendía “En sentido general, como el conjunto de personas que ejercen la misma profesión u oficio o poseen el mismo estado social”. Y en Derecho Laboral lo entendía como “la corporación profesional constituida por maestros, oficiales y aprendices de un mismo arte, oficio o profesión, regida por estatutos particulares que tiende a enaltecer la común labor característica y a la mejora moral y material de sus integrantes”

Sin lugar a duda es el conjunto de personas fieles a una causa, dentro de la asociación se promueve la unión y colaboración de todos los asociados.

- **Empresas:**

Para Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios" Pág. # 257.

La empresa es la forma jurídica que une a sus integrantes, este trabajo de investigación resalta a la asociación como una fuerza de personas que luchan por un propósito económico y personal.

Tipos de asociatividad

Según Vegas (2008) existen 6 tipos de asociatividad y a continuación se detalla cada uno de ellos:

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

La información, procesos, ofertas, entre otros aspectos que se dan dentro de algunas empresas, gremios es de vital importancia por lo que se conforma las redes de cooperación, ayuda idónea para mantenerse actualizado sobre lo que pasa en el mercado.

b) Articulación Comercial: Relación sostenida entre empresas ofertantes y demandantes la cual puede ser mediada o animada por un agente intermediario, o gestor de negocios.

Situación que se debe manejar con cuidado para realizar bien los negocios dentro de las instituciones participantes dentro del mismo.

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

Su participación es para la mejora de productividad del grupo de personas que se dedican a una actividad comercial dentro del mercado, siendo así más competitivos.

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

Este aspecto se relaciona con empresas de mayor envergadura, promoviendo más alianzas para ampliar su mercado dentro y fuera del país, es más ambiciosa su aplicación.

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

Es la fusión que se da dentro de algunas empresas grandes, buscando mayores ingresos económicos para ampliar su comercialización de productos o servicios, así obtienen mayor rentabilidad y su negocio crece dentro del mercado donde se encuentran.

f) Consorcios: es aquel por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico. Los consorcios se pueden formalizar legalmente sin que las empresas pierdan su personería jurídica pero con una gerencia común.

Estos consorcios se crean para un determinado fin, buscando nuevas oportunidades en el mercado.

La asociatividad puede generarse de varias formas, dependiendo del objetivo. Cada tipo de asociatividad implica diversas formas de participación de los actores y genera responsabilidades.

Características de la asociatividad

Kaes, R. (2008). En su libro Procesos asociativos e interdiscursividad en los grupos, enseña que “La asociatividad es un proceso bastante complejo que abarca una considerable gama de posibilidades pero siempre persigue como objetivo fundamental unir fuerzas para alcanzar el éxito conjunto. Previamente al desarrollo de modalidades de asociación es necesario que se den ciertas condiciones específicas que permitan la sustentabilidad de las mismas”.

Entre los requisitos más importantes podemos señalar:

- Proyecto común.
- Compromiso mutuo.
- Objetivos comunes.
- Riesgos compartidos sin abandonar la independencia de cada uno de los participantes. Pág. # 12

Todos estos factores que caracterizan a la asociatividad permitirán a las empresas llevar adelante el proceso asociativo logrando beneficios que les sería muy difícil alcanzar operando individualmente.

También Kaes, R. Manifiesta que en efecto, el desarrollo de modelos de cooperación empresarial, facilita a los participantes el acceso e incorporación de

experiencias de otros actores reduciendo el riesgo y la incertidumbre en la toma de decisiones. El plan de asociatividad en general, sin dejar de lado la autonomía de las empresas participantes, posibilita la resolución de problemas comunes tales como:

- Reducción de costos.
- Incorporación de tecnología.
- Mejora del posicionamiento en los mercados.
- Acceso a mercados de mayor envergadura.
- Capacitación de recursos humano.
- incremento de productividad.
- Acceso a recursos materiales y humanos especializados.
- Desarrollo de economías de escala.
- Disponibilidad de información.
- Captación de recursos financieros.
- Optimización de estándares de calidad.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Ventajas competitivas.
- Mejora de las posibilidades de negociación con clientes y proveedores.

Pág. # 73

Estos aspectos estimulan la especialización, incrementa la posibilidad de establecer nuevas redes de contactos ampliando y potenciando los esfuerzos individuales de los integrantes de la asociación o de cualquier institución que lo requiera.

Proceso asociativo: Etapas

En el proceso de formación de un grupo asociativo se pueden distinguir distintas etapas que se pudo clasificar de la siguiente manera por medio del criterio de

Kaes, R. (2008), el cual hace énfasis en su libro titulado Procesos asociativos e interdiscursividad en los grupos. Las etapas son:

- 1) Etapa de gestación
- 2) Etapa de estructuración
- 3) Etapa de madurez
- 4) Etapa productiva o de gestión
- 5) Etapa de declinación

1) Etapa de gestación: Durante este período se despierta el interés de los participantes al iniciarse un proceso de acercamiento. Aquí comienzan las acciones para la creación e integración del grupo asociativo, se analiza el potencial de cada una de las empresas, las ventajas de llevar adelante el proyecto.

Es el inicio para asociarse, un proceso continuo que se debe llevar a cabo de la mejor manera posible para que tenga un correcto procedimiento.

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

Es la planeación de las herramientas que se utilizarán dentro del proceso, es la forma adecuada de las necesidades que deben ser resultados dentro de esta etapa.

3) Etapa de madurez: A esta altura del proceso de desarrollo, los empresarios ya han definido pautas de organización del grupo, el mismo ha adquirido identidad como tal, y existe claridad sobre las acciones a seguir.

En esta etapa se define la forma jurídica, basándose en las necesidades planteadas por la actividad a desarrollar. Así se crean las bases para el auto sostenibilidad del grupo.

Es la definición y aceptación que se le da a la puesta en marcha de la asociatividad, siendo así que se cubren ya las necesidades que se dan dentro grupo de personas involucradas.

4) Etapa productiva o de gestión: Este es el período donde se llevan a cabo las acciones para la obtención de los resultados esperados. Los procesos operativos internos se agilizan para llevar adelante la gestión empresarial.

Acciones en efecto para la obtención de resultados posibles, por lo que los procesos se agilitan para cubrir la gestión que realiza la organización involucrada.

5) Etapa de declinación: Esta etapa comienza cuando los rendimientos de la gestión disminuyen y la relación costo-beneficio del accionar del grupo es negativa. Es aquí donde deberá tomarse la decisión de desintegrar el grupo o iniciar nuevos proyectos. Pág. # 94.

Es la última etapa que llega una organización, pierde estabilidad por lo que debe volver a iniciar el proceso asociativo. Estas etapas promueven a la asociatividad a una dependencia mejor establecida con mejores resultados para quienes la pongan en marcha, es decir busca el bien común.

También se consideraron los siguientes términos que ayudan al plan de asociatividad:

Mecanismo de cooperación.-

Seguin Craver, C. & L. Darden (2005) en su libro titulado Número especial sobre los mecanismos de la biología. Estudios de Historia y Filosofía de las Ciencias Biológicas y Biomédicas. Señala que en términos generales, es una entidad o proceso cuya principal característica es la producción regular de cierto comportamiento. También en general, se considera que ese comportamiento regular. Pág. # 36.

Es la ayuda idónea que cubre el proceso de cooperación, el cual regula la producción y comportamiento de la entidad. Es necesaria que la cooperación sea continua para beneficio de todos los integrantes de la entidad.

Decisión voluntaria.-

Fayol afirma que la toma de decisiones también hace parte de las funciones de la organización. Señaló cómo las funciones del administrador la prevención, organización, coordinación y control, que expresado en términos más actuales no es otra cosa que la planeación, organización, dirección y control. La toma de decisiones consiste en encontrar una conducta adecuada para resolver una situación problemática, en la que, además, hay una serie de sucesos inciertos.

Considerando que la voluntad es una característica psicológica de la criatura humana, que determina sus acciones; conociéndolas, y dirigiéndose intencionalmente hacia el fin propuesto.

Esfuerzo en conjunto.-

Gil Rodríguez, F. en su libro Introducción a la psicología de los grupos. Capítulo 2: Aproximaciones al concepto de grupo y tipos de grupo, manifiestan que el esfuerzo en conjunto es el empleo enérgico conjunto de la fuerza física o mental con un fin determinado que está unido, o tiene la misma finalidad en la asociación. Ahora que dicho concepto ha sido desarrollado y explicado, me

gustaría señalar las ventajas, tanto individuales como organizacionales, del trabajo en equipo:

En el campo individual se pueden destacar las siguientes:

- La tensión disminuye cuando se comparten las responsabilidades.
- El compromiso de buscar soluciones desde diferentes puntos de vista es también compartido.
- Las decisiones tomadas en grupo tienen mayor aceptación.
- Cada integrante del equipo siente la satisfacción de un trabajo bien hecho.

Las ventajas para las organizaciones se refieren a:

- Aumento de la calidad del trabajo.
- Se refuerza el compromiso con la organización.
- Se reducen los tiempos de investigación y estudio.
- Surgen nuevas formas de abordar el problema.
- Se comprenden mejor las decisiones. Pág. # 77

De igual manera el esfuerzo en conjunto es la capacidad para trabajar en equipo es sin duda una de las competencias más valoradas cuando se trata de hacer crecer una organización. Labor que se debe dar entre los miembros de la asociación, la falta de compañerismo perjudica el trabajo diario.

Objetivo común.-

García López 1976 menciona que se llama objetivo porque se trata de una forma o determinación que es objeto del concepto formal. Es la cosa misma extramental como es en sí misma. A lo sumo, se puede establecer esta diferencia: que la cosa misma es un todo, mientras que el concepto objetivo es una parte de ese todo. La cosa tiene una gran riqueza de inteligibilidad, y no se agota con un solo acto de conocimiento intelectual. Cada acto de intelección, y cada concepto formal,

alcanzan una faceta, un aspecto, una parte de ese complejo que es la cosa extramental. Pues bien, ese aspecto o esa parte de la cosa misma, que en cada caso se alcanza, es el concepto objetivo. Pág. # 206

Es el fin donde se quiere llegar dentro de cada grupo de personas que se encuentran relacionadas entre sí, el objetivo común debe plantearse para la obtención de mayores beneficios tanto como para las personas como para la sociedad en general.

Oportunidad.-

En un documento detallado de la oportunidad en <http://definicion.de/oportunidad/>, hace referencia a lo conveniente de un contexto y a la confluencia de un espacio y un periodo temporal apropiada para obtener un provecho o cumplir un objetivo. Las oportunidades, por lo tanto, son los instantes o plazos que resultan propicios para realizar una acción.

Las oportunidades se deben de aprovechar en el momento que llegan, siempre y cuando la persona analice la situación y decida hacerlo, alcanzo así un objetivo esperado.

Mercado.- Allan L. Reid, autor del libro "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones", define el mercado como "un grupo de gente que puede comprar un producto o servicio si lo desea" Pág. # 500

El mercado es el lugar donde se desenvuelve la actividad comercial, en el cual se puede desarrollar compras, es decir existe un movimiento económico.

Meta común.- el diccionario de la Real Academia de Legua manifiesta que la meta es el fin a que se dirigen las acciones o deseos de alguien.

Fin claramente establecido por cada individuo que se plantea una meta, dentro de las instituciones deben plantearse con un periodo de tiempo establecido para poderlas cumplir.

1.1.2. Producción y comercialización de artesanías

➤ Producción.

Según PROMPYME (2005). Es el lugar donde se ejecuta la transformación de la materia prima en productos terminados, utilizando para ello una serie de operaciones estandarizadas en cada uno de los procesos requeridos, personal calificado, maquinaria y equipo distribuido apropiadamente dentro de un ambiente físico que mantiene condiciones normales para el trabajo. Pág. # 103

Es el proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios. Es la actividad principal de cualquier sistema económico que está organizado precisamente para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de las personas.

Productividad

Según Rodríguez C. (1999). Es la relación que existe entre la producción y el uso inteligente de los recursos humanos, materiales y financieros, de tal manera que:

- Se logren los objetivos institucionales.
- Se mejore la calidad de los productos y servicios al cliente.
- Se fomente el desarrollo de los trabajadores.
- Se contribuya con beneficios económicos, ecológicos y morales a la colectividad.

”Es una actitud mental que nos lleva a trabajar más responsable e inteligentemente, cumpliendo mejor con nuestro trabajo y buscando siempre la manera de hacerlo más fácil y eficazmente, con menos esfuerzo, menos materiales o menos tiempo.”

“La productividad nos permite ser más competitivos en el mercado en donde estamos, no solo para mantenernos en él, sino para cada vez tener mayor participación, y de esa manera ir garantizando la permanencia y el desarrollo de nuestra fuente de trabajo.” También propone una serie de pasos para lograr ser más productivos. Pág. # 25

La productividad nos enfoca a la maximización de nuestros esfuerzos frente alguna situación que se nos pueda presentar, el ser productivo nos lleva esforzarnos para cumplir las expectativas como persona o cuando formamos parte de una organización.

Pasos:

De acuerdo al enfoque de Sosa D. (2003). Manifiesta que:

- Cumplir siempre y a tiempo con todos nuestros compromisos.
- Aclarar con nuestros clientes internos y externos, que es lo que se busca lograr con nuestro trabajo.
- Convertirnos en verdaderos especialistas en todo lo que hacemos.
- Contribuir con nuestras ideas y aprovechar mejor los recursos con que hacemos nuestro trabajo.
- Buscar siempre una mejor manera de hacer nuestro trabajo.
- Lo que actualmente hacemos, hacerlo bien a la primera vez, con responsabilidad y dedicación.

De acuerdo a este autor estos pasos conllevan a un adecuado desempeño que busca la calidad del servicio que se ofrezca.

Y señala que el desarrollo de la productividad se ha dado por dos caminos.

Caminos

- **El camino tecnológico.**

Es decir con los avances científicos y tecnológicos, traducidos en nuevas máquinas, más rápidas, más eficientes, más automáticas, entre otras, o en nuevos procesos, nuevos materiales, mejores herramientas para lograr importantes avances en la productividad.

- **Por el camino Humano.**

Este camino es el más importante para nuestro propósito de la calidad total, es el que buscamos fomentar a través de la participación de todo el personal de la organización, y es que contando con la voluntad de todos los que la formamos, podremos encontrar múltiples oportunidades de crecimiento individual, de empresa y para nuestro país. Págs. # 63, 64.

Buscar la productividad por el camino humano no es solamente hacer al hombre más productivo, sino a través del lograr mejoras en todos los recursos con que contamos, como ejemplo; menos desperdicios, menos tiempos perdidos en las maquinarias, etc. O simplemente hacerlo más fácil.” Págs. # 65.

Por el camino de la tecnología se busca innovación para el cumplimiento de la productividad, mientras que por el camino humano busca la participación de todo el personal que se encuentra dentro de una organización.

Realizar cada una de las actividades eficazmente utilizando inteligencia y creatividad nos permite hacer más, con menos lo cual nos da como resultado una ventaja competitiva ante los demás.

Competitividad

Conforme a Winter (2005) indica que la competitividad se ha definido como "la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, es decir, optimizando los recursos para, con el menor costo posible de producción y sin perjudicar la calidad, aumentar las ventas. De esta manera, se potencian las utilidades de una empresa, de un sector o de un país. Pág. # 57

Hernández E. (2000). "Es la capacidad de las empresas de vender más productos y/o servicios y de mantener o aumentar-su participación en el mercado, sin necesidad de sacrificar utilidades. Para que realmente sea competitiva una empresa, el mercado en que mantiene o fortalece su posición tiene que ser abierto y razonablemente competido." Pág. # 23

Es la acción de competencia que se tiene dentro de un mercado exigente, el mismo que debe ser analizado para cubrir las expectativas presentadas.

Calidad Total

Para Philip C. (1987). "La calidad no cuesta. No es un regalo, pero es gratuita. Lo que cuesta dinero son las cosas que no tienen calidad todas las acciones que resultan de no hacer bien las cosas a la primera vez." Págs. # 10

Según PROMPYME (2005). "Es un sistema administrativo integral basado en la participación de todos los empleados; busca la supervivencia de la organización por medio de la satisfacción de los clientes internos y externos, incluyendo beneficios para los miembros de la organización y la sociedad." Pág. # 18

La calidad total es una participación de todos los miembros de la organización que busca mejorar el producto o servicio que se ofrece dentro de la misma.

También señala que el sentido de la calidad total puede sintetizarse en:

- Empeñarse en el trabajo para hacer las cosas bien a la primera.
- En todas las oficinas/talleres de la empresa.
- Para alcanzar la plena satisfacción del cliente interno y externo
- Siguiendo una lógica de mejora continua con un fuerte liderazgo de la dirección orientado a la calidad.
- Para garantizar el éxito de la empresa a lo largo del tiempo. Págs. # 20

La calidad total encierra a una mejora continua en búsqueda de la eficiencia y efectividad que como toda organización busca para mantenerse en el mercado.

Mejora continua

En la página web http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso_de_mejora_continua se define a la mejora continua como una actitud general que debe ser la base para asegurar la estabilización del proceso y la posibilidad de mejora. Cuando hay crecimiento y desarrollo en una organización o comunidad, es necesaria la identificación de todos los procesos y el análisis mensurable de cada paso llevado a cabo. Algunas de las herramientas utilizadas incluyen las acciones correctivas, preventivas y el análisis de la satisfacción en los miembros o clientes.

La búsqueda de la mejora continua se trata de la forma más efectiva de mejora de la calidad y la eficiencia en las organizaciones por la que luchan cada día.

Satisfacción del cliente

Philip Kotler en su libro Dirección de Mercadotecnia, de Philip Kotler, 8va Edición, define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". Pág. # 41.

Es necesario que supervisen y mejoren el nivel de satisfacción de los clientes. Cuanta más alta sea su satisfacción, mayor será la fidelidad

Calidad total

Según el enfoque de Philip C. (1987. Págs. 110-114). La calidad total es una gestión de hacer las cosas bien a la primera vez lo cual repercute en la satisfacción tanto del cliente, como en la de la organización. Las razones más importantes para formar un equipo son:

Trabajo en Equipo

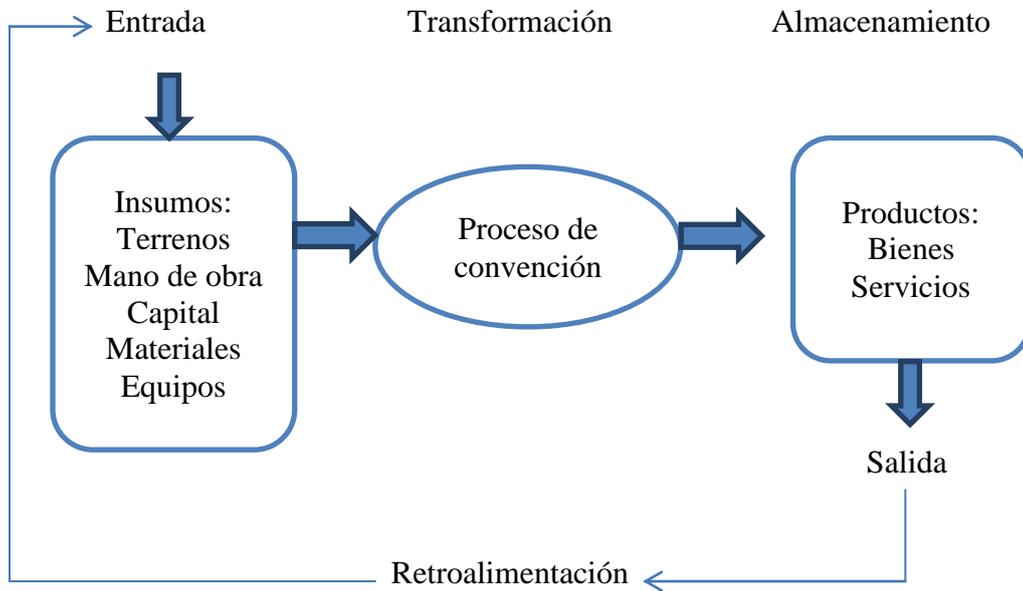
Para Sosa D (2003) Es “El compromiso que sientan todos y cada uno de los miembros porque todos lleguen a la meta, es decir la preocupación no es por cumplir “yo”, aunque los demás no lo hagan, sino porque todos cumplamos nuestros objetivos comunes, por eso son tan necesario la cooperación y el apoyo mutuo.”

Gracias al conocimiento y la experiencia que posee cada miembro del equipo, se puede lograr verdaderas mejoras trabajando en colaboración, más que individualmente:

- Mejorar el proceso.
- Satisfacer las necesidades.
- Dar la oportunidad de analizar y mejorar procesos a los miembros del equipo”. Pág. # 77

La continuidad dentro de un trabajo es una opción primordial por lo que el trabajo en equipo busca un trabajo efectivo que cubra todas las necesidades requeridas dentro de una institución, el trabajo en equipo obtiene este aspecto.

Figura No. 1: Proceso de producción



Elaborado por: P Sosa D (2003)

Producción artesanal en el Ecuador

De acuerdo a la investigación realizada por la ESPOL sobre las artesanías en el país manifiesta que la producción es muy amplia, los objetos de artesanía son los recuerdos que la mayoría de los viajeros a Ecuador llevan a casa. La lista de productos es larga. La siguiente lista da una vista panorámica aproximativa sobre el mercado ecuatoriano de arte popular:

- **Atacames (Esmeraldas):** Joyas de coral negro pero como el coral está en peligro de desaparecer, por razones ecológicas, se recomienda no comprar estos productos.
- **Baños (Tungurahua):** Figuras y otras cosas de Tagua, "un marfil vegetal". Además, madera de balsa y cursilería religiosa.

- **Calderón (Pichincha):** Figuras de masa de pan.
- **Chone - Flavio Alfaro (Manabí):** Sillas de montar, bridas, bozales para la machete.
- **Cotacachi (Imbabura):** Oferta más grande en todo el país de productos de cuero: Chaquetas, chalecos, pantalones, faldas, bolsas, zapatos, monederos, cinturones, sillas de montar, bozales para la machete y vainas.
- **Cuenca:** La mayoría de las tiendas de artesanía se encuentran alrededor de la calle Gran Colombia. Joyas de oro, tejedurías, cestería y cerámica, sombreros de paja muy bonitos y también sombreros de fieltro de Gualaceo (borsalinos), hierros de forja y cerámica de Chordeleg y ceniceros de mármol de Sinincay.
- **Gonzanamá (Loja):** Textiles de lana.
- **Guano (Chimborazo):** Alfombras de lana de oveja.
- **Guayaquil:** Coral rojo y negro, cerámica y casitas trópicas hechas a mano.
- **La Pila (Manabí):** Jarras de cerámica, imitaciones de figuras precolombinas.
- **Otavalo (Imbabura):** Atracción principal es el mercado tradicional, todos los sábados en la Plaza de Ponchos en el centro: Suéteres de lana de llamas, tapices, mantas, chaquetas, ponchos, bolsas, sombreros, hamacas, joyas, juegos de ajedrez, flautas de bambú y miles de otras cosas útiles, así como antigüedades de todo tipo.

- **Pujilí (Cotopaxi):** Cerámica, máscaras ceremoniales de madera, pintura naïf.
- **Puyo (Pastaza):** Shigras (bolsas reticuladas, hechas de la fibra de la palmera Chambira), hamacas de fibra natural, pájaros coloridos de madera de balsa, cuencos de cerámica y muebles para sentarse.
- **Quito:** En Quito se encuentran las tiendas de artesanía más exclusivas del país. Además mercado de pinturas los fines de semana en el parque Ejído, Avenida Patria.
- **Riobamba (Chimborazo):** Figuras de Tagua y Shigras.
- **Salasaca (Tungurahua):** Alfombras de lana de oveja en estilo tibetano.
- **San Antonio de Ibarra (Imbabura):** Tallas de todos los tamaños.
- **Saraguro (Loja):** Sombreros de lana, robustecidos con maíz, ponchos, tupos.
- **Tigua (Cotopaxi):** Pintura naïf indígena sobre piel de oveja. Los colores atractivos y vivos, muchas veces representan escenas de la vida diaria de la gente del campo. Algunas pinturas tienen un valor artístico considerable y algunos artistas están bien conocidos por este tipo de pintura.
- **Zuleta (Imbabura):** Bordados muy bonitos.
- **Salinas (Santa Elena):** pájaros coloridos de madera de balsa, sombreros de paja finos y hamacas hechas a manos o también modelos de un barco de piratas, hecho de coral negro. La exclusividad y el estado del material usado

(madera, cerámica, piedra, metal, fibra natural, fibra artificial, tagua, coco, entre otros.) y también la cantidad de trabajo, la calidad y originalidad, rigen hoy en día los precios muy fluctuantes de todo el montón de los productos artesanales.

Las artesanías han ido en aumento con el crecimiento continuo del turismo, aumentó también la demanda de recuerdos populares en cada rincón de nuestro país. Mientras tanto, en todo el país, este ramo importante asegura la subsistencia de miles de artesanos y de sus familias y empleados.

➤ **Comercialización.**

Alessandra, et al, (2005) Una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia. Hay tres ideas fundamentales incluidas en la definición del concepto de comercialización:

- Orientación hacia el cliente.
- Esfuerzo total de la empresa.
- Ganancia como objetivo.

Lo importante es que todos los departamentos adopten como objetivo máximo la satisfacción del cliente. Pág. # 124

Por lo tanto la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución

Comercialización en la Empresa.

Guido Sánchez Yàba (2009) indica que se analizan 5 etapas en la evolución de la comercialización:

- La era del comercio simple, cuando las familias traficaban o vendían sus "excedentes" de producción a los intermediarios locales.
- La era de la producción, es decir, ese periodo cuando la firma se dedica a la producción de uno pocos productos específicos, quizá porque no los hay en plaza.
- La era de la venta, se da cuando la compañía pone en énfasis en las ventas debido al incremento de la competencia.
- La era del departamento comercial, es aquel momento en que, todas las actividades comerciales quedaron a cargo de un departamento para mejorar el planeamiento de la política de corto plazo y tratar de integrar todas las actividades de la empresa.
- La era de la compañía comercial es aquel momento en que, además del planeamiento comercial a corto plazo, el personal de comercialización elabora planes a largo plazo. Pág. # 45

Es por ello que los directivos de cada organización o ente caso los de la asociación deben trabajar juntos, ya que lo realizado por un artesano, puede continuarlo otro. Lo importante es que todos los artesanos adopten como objetivo máximo la satisfacción del cliente.

La Venta

Pujol (2003) La Venta. Como un “Contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero. También puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual el vendedor pretende influir en el comprador. Alrededor de la acción de vender la empresa, despliega una serie de funciones como la fuerza de ventas, la publicidad, la investigación de marketing, la promoción, etc. todas las actividades de marketing son necesarias para que la acción de vender sea efectiva.” Pág. # 340

La venta es la actividad comercial que se realiza para buscar un beneficio económico dentro de cualquier institución que se dedique a esta actividad.

Küster, (2006) “Es el elemento de contacto directo con el comprador, es una atalaya privilegiada para evidenciar los éxitos y fracasos de la estrategia de la empresa, así como los éxitos y fracasos de las estrategias de la competencia no obstante, dichos resultados pueden verse potenciados en un sentido u otro, por la propia acción de las ventas, pudiendo ser, desde un elemento pasivo o neutro, hasta un factor clave en el éxito o fracaso de la empresa en su conjunto.” Pág. # 36

La venta es el medio por el cual se llega con los productos o servicios hasta el consumidor y se obtiene conocimientos de los requerimientos de los mismos para poder satisfacer sus necesidades. Al momento de realizar una venta es debe realizar con mucho cuidado, de eso depende el éxito o el fracaso económico de la institución.

La función de ventas en el seno de la empresa

Esto afirma Küster, et al, (2006) “La venta personal es una de las áreas funcionales de la empresa, cuya organización, planificación, gestión y control recae sobre la dirección de ventas de la compañía”. Pág. No. # 18

Es una guía a la venta adecuada para que no exista ningún inconveniente, siguiendo una planificación oportuna para la obtención de un ingreso seguro dentro de la organización.

Estrategia de Ventas.

Equipo Cultural (2008) Es la o las formas en las que podemos persuadir a un posible cliente a adquirir el bien o servicio, sin tomar en consideración el nivel de satisfacción subsiguiente que éste tiene. Por tanto una estrategia de ventas es la forma en cómo vamos a generar impulsos y satisfacer las necesidades mediante el

pago de un precio por una transferencia de un producto, servicio, idea, etc. hacia nuestros clientes actuales y potenciales. Pág. # 101

Dependiendo de las estrategias que se acentúen dentro de la organización y como es el caso dentro de este trabajo de investigación fueron de gran ayuda, la búsqueda de puntos de distribución para la propuesta estuvieron enmarcado al beneficio de los artesanos.

La Venta Personal

Según a Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce 2004, Del libro: Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de, Mc Graw Hill, “Las Ventas Personales constituyen una comunicación directa de información, a diferencia de la comunicación indirecta e impersonal de la publicidad, de las promociones de ventas y de otras herramientas promocionales. Esto significa que las ventas personales pueden ser más flexibles que las demás herramientas de promoción. Pág. # 337.

Las ventas personales pueden enfocarse en individuos o empresas que se en este caso la asociación debe saber cuáles son clientes posibles, si es que la organización hizo bien su trabajo al dividir en segmentos y metas su mercado. Como resultado, los esfuerzos empeñados son mínimos. Por lo que las ventas personales minimizan el esfuerzo desperdiciado, en cambio, los mensajes de publicidad muchas veces se desperdician en personas que en realidad no son clientes potenciales.

Atención al cliente

Según Brown (1992) Consiste en “Gestionar la forma de atender al cliente. Desde siempre, el negocio se ha identificado con la competición. Se trata de competir por los mercados, por los territorios, por los lugares en los que se desarrolla la venta al por menor y, sobre todo, por los clientes. Las esperanzas de tales clientes son hoy

mayores que nunca, como más amplia que nunca es la gama dentro de la cual pueden elegir. Es decir en lo que espera el cliente y lo que recibe.” Pág. # 45

La gestión de la atención conlleva a quienes con más frecuencia se ocupan de los clientes de una empresa, el personal que lo atiende son casi siempre los peor pagados, los peor formados, los menos comprometidos de la organización. Sin embargo, de estas personas depende la repercusión de la empresa en cuanto a la atención al cliente.

Satisfacción del Cliente

Para Harrington (1997) "El nivel de satisfacción del cliente es directamente proporcional a la diferencia entre el desempeño percibido de una organización y las expectativas del cliente".

Generalmente, la gestión de calidad enseña a conocer al cliente, las necesidades y qué se debe hacer para mejorarlas, especificando la satisfacción y conservación de los clientes activos, la atracción de clientes potenciales, el diseño de estrategias que satisfagan necesidades cambiantes de los nuevos clientes y la reducción de costos al responder quejas y procesar reclamos. Pág. # 28

Es primordial obtener la satisfacción del cliente por lo que es preciso cubrir sus necesidades, saber más de ellos para así reducir quejas o algunas sugerencias a nuestros servicios o atención.

Fuerza de Ventas

Conforme a INIESTA (2002) “Labor fundamental en la actuación de los vendedores basándose en las consideraciones como nexo de unión, importante entre la empresa y el mercado.” Pág. # 154

La fuerza de venta es el impulso que se da a la actividad comercial para lograr una mayor impacto en el mercado donde se desarrolle esta labor.

Estructura de la Fuerza de Ventas

Estructura que plantea Kotler (2003):

Territorial: A cada representante de ventas se le asigna un territorio exclusivo. Esta estructura produce una definición clara de las obligaciones e incrementa el incentivo del representante para cultivar las ventas y los lazos personales locales. Los gastos por viajes son relativamente pequeños, porque cada representante viaja dentro de un área pequeña.

Las personas designadas a un territorio que se encargan de realizar ventas se encuentran dentro de este punto, es una labor exigente ya que cubren un territorio grande para acaparar el mercado.

Por producto: La importancia de que los representantes de ventas conozcan sus productos, junto con la participación de divisiones y gerencias de productos, ha hecho que muchas empresas estructuren su fuerza de ventas de acuerdo a los productos. La especialización por producto es útil sobre todo si la línea de productos es técnicamente compleja, no tienen mucha relación entre sí o son muy numerosas.

Los productos deben ser claramente identificados para saber a qué clientes se los deben ofrecer, cubriendo así las necesidades existentes.

Por mercado: Las empresas a menudo especializan sus fuerzas de ventas por industrias o por cliente. La especialización por mercadeo ayuda a la fuerza de ventas a volverse experta en las necesidades de clientes específicos, pero la

principal desventaja es que los clientes están dispersos por todo el país, lo que exige viajar mucho.

Al segmentar el mercado se desplazan las diferentes necesidades que tienen cada uno de ellos, y así se buscaran las alternativas para que sean cubiertas.

Compleja: Cuando una empresa vende una amplia variedad de productos, a muchos tipos de clientes, dentro de una área geográfica extensa, a menudo combina varias estructuras y tiene fuerzas de ventas especializadas por territorio-producto, territorio mercado, producto-mercado, entre otros. Así, un representante de ventas podría rendir cuentas a uno o más gerentes de línea y de personal. Pág. # 302.

Al existir tantos segmentos por cubrir se vuelve una difícil tarea, ya que su complejidad conlleva a un estudio minucioso para que las falencias sean cubiertas de tal manera que se incrementa más personal para cubrir este aspecto.

La fuerza de venta es una táctica para cubrir el mercado y llegar con mayor precisión a los clientes.

Del mismo modo se consideraron los siguientes aspectos:

Actividad económica.-

Desde Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/economia/actividad-economica.php#ixzz2G7YtFy29>, indica que “Son actividades económicas todos los procesos que tienen lugar para la obtención de productos, bienes y/o servicios destinados a cubrir necesidades y deseos en una sociedad en particular”.

Toda actividad que se precie de tal puede y debe ser segmentada en fases de producción (entendida como aquella que opera sobre la materia prima para el desarrollo de cierto producto o bien), distribución (en términos de colocación de los productos en distintos puntos geográficos de la sociedad al alcance del consumidor) y consumo (es decir, la apropiación del bien por parte de un individuo o entidad).

Innovación.-

Según Gee, S. 2, innovación “Es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil y es aceptado comercialmente”

- **Proceso:** Conjunto de actividades con diferentes entradas que buscan la consecución de un objetivo final.
- **Idea:** Creación mental basada en estímulos externos.
- **Invención:** Fase temprana del proceso de innovación, que no contempla la industrialización y comercialización del producto/servicio.
- **Necesidad:** Estado que demanda la aportación de una solución para generar satisfacción.
- **Producto:** Tangibilización de un conjunto de conocimientos
- **Servicio:** Actividades aportadas por un ente a otro, para cumplir las necesidades del último.
- **Aceptación comercial:** Transacción por medio de la cual un ente aporta recursos económicos a otro ente a cambio de productos o servicios. Pág. # 19.

La innovación es la acción que busca la mejora de un procedimiento existente, cubrir esa necesidad nos hace más competitivos.

1.2.MARCO LEGAL

De acuerdo a la constitución de la República del Ecuador respalda a la actividad económica de las asociaciones en el Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

La ley de Defensa del artesano define a la actividad artesanal como la práctica manual para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con el auxilio de maquinaria, pero que predomina la actividad manual.

Mientras que el código de la productividad en Capítulo I del rol del Estado en el desarrollo productivo Art. 5.- manifiesta que el Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado. Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

a) La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurándola provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado

establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;

b) Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el sector asociativo.

1.3.MARCO REFERENCIAL

La asociatividad en el Ecuador se ha incrementado ya que la necesidad de formular y diseñar estrategias de apoyo para que las empresas aumenten su competitividad, especialmente las Pymes que han sido muy impactadas por la liberalización económica y la apertura de fronteras. Una de las formas de aumentar la productividad de las empresas es a través del desarrollo de la asociatividad entre las mismas para formar lo que se conoce como aglomeraciones.

La asociatividad en otros países como El Salvador es de bastante interés por lo que Gastón Méndez consultor principal y Franklin Vázquez Consultor en asociatividad indican en su trabajo de investigación “Asociatividad en El Salvador”, indicando que se ha trabajado en forma conjunta con el Sector MYPE de El Salvador, no pretende constituirse en una receta o modelo único para la asociatividad, es más una propuesta que conduce a una reflexión adicional a las existentes sobre el mejoramiento de la competitividad de las empresas del sector.

El Salvador ha decidido estimular a que las empresas sean más y con mayor competitividad, el programa de competitividad y la amplia gama de escenarios donde se analiza las posibilidades y se deciden acciones es una muestra en la que se están invirtiendo esfuerzos tanto del Estado como del Sector Privado. Algunos resultados ya son visibles en el sector de la mediana y gran empresa que naturalmente han tenido mejores condiciones de partida e influencia en la todavía centralizada gestión pública que articula lo económico y político.

No es posible hacer la misma afirmación en cuanto a los sectores Pymes, las condiciones iniciales no son las mismas, a pesar del consenso sobre su importancia como mayor aportante al empleo del País, no todo lo establecido y activado ha tenido efectos en el desencadenamiento en proceso franco y sostenido de incremento en su competitividad.

Este documento está estructurado para que el lector pueda en una primera parte incrementar o contradecir su entendimiento sobre lo que es asociatividad competitiva desde la mirada del grupo de trabajo, incluye la situación competitiva de las Mypes en El Salvador y el marco conceptual que explica el enfoque de contingencia del poder de asociarse y lo sistémico del abordaje subsiguiente, no excluye posiciones que incrementen el entendimiento y el aprendizaje.

Una segunda parte deliberadamente constructivista y propositiva en asociatividad competitiva de empresarios, pretende someter al rigor teórico y práctico el rol de los actores, las políticas públicas, un planteo de estrategia y la praxis de los modelos asociativos sin congelar nada. Al final, una reflexión reservada a los consultores traducidas en recomendaciones espontáneas sin la intención de dirigir sino la de estimular a que el debate y las decisiones continúen.

Sin lugar a duda la asociatividad es gran importancia para las Pymes a nivel mundial, para la generación de empleo es significativa, y su potencial puede ser

prometedor, dado que el mayor esfuerzo emprendedor proviene de este sector. De allí que es importante que los gobiernos desarrollen políticas de apoyo y actúen como catalizador de asociatividad de este importante sector de empresas. Las empresas en el país tienen que asociarse para que, juntos puedan obtener el nivel de desarrollo y competitividad que se requiere para competir a nivel regional y global.

Dentro de nuestro país, en la Universidad San Francisco de Quito; en mayo de 2008 se desarrolló un trabajo de investigación denominado Asociatividad de pequeños productores en organizaciones económicas campesinas: Cadena del brócoli, donde dos pequeños y medianos productores agrícolas tienen la posibilidad de acceder al mercado superando barreras de entrada y reduciendo costos de transacción, mediante modelos de negocios asociativos. Bajo una orientación de mercado, los desafíos de un plan de negocios de Organizaciones Económicas Campesinas (OECs) deben sustentarse en pilares organizativos, productivos, administrativos para cumplir los contratos con empresas transformadoras y exportadoras.

La identificación de rubros con potencial de mercado interno y externo, como las hortalizas y el brócoli, en particular, son importantes para la viabilidad de mercado y financiera del pequeño productor agrícola. Esto en función de factores claves del éxito como ciclo de producción corto, paquetes tecnológicos existentes bajo normas de buenas prácticas de agricultura, procesos de venta y control de calidad aplicados, contratos de venta a empresas transformadoras y exportadoras, organización democrática y administración profesional, participación de socios productores agrícolas en la toma de decisiones de OECs, mecanismos de acceso a capital de trabajo.

Los pequeños y medianos productores agrícolas tienen en la cadena del brócoli una oportunidad para ser parte de un modelo de negocios asociativo rentable que contribuya a generar ingresos y empleo.

1.4.MARCO SITUACIONAL

Provincia de Santa Elena

Creada el 7 de Noviembre del 2.007 y conformada por los cantones: Santa Elena, La libertad y Salinas. Santa Elena tiene una superficie de 3,762.8 kilómetros cuadrados (1.46 % del total nacional) y con una población residente de 238,889 habitantes (1.97 % del total nacional) y una población flotante superior a 200,000 personas en época alta de turismo, básicamente turistas de la ciudad de Guayaquil y otros cantones de la Provincia del Guayas y del país. El cantón Santa Elena tiene cinco parroquias rurales, Salinas dos y La Libertad es totalmente urbano. Se despliegan así:

- El cantón Santa Elena, creado el 22 de enero de 1.839, consta de su cabecera cantonal (Santa Elena) y seis parroquias rurales: Manglaralto, Colonche, San José de Ancón, Atahualpa, Chanduy y Simón Bolívar, comprende 63 comunas con un total de 130 recintos
- El cantón Salinas, creado el 22 de diciembre de 1.936, se divide en: Salinas, su cabecera cantonal y las parroquias rurales Antoncito y José Luis Tamayo.
- El cantón La Libertad, creado el 14 de abril de 1.993, no tiene parroquias rurales.

Características de las principales actividades económicas:

Turismo: Ambas provincias se caracterizan por poseer un excelente potencial turístico. La franja costera ofrece algunos de los puntos más interesantes en el aspecto histórico arqueológico. Su más grande atractivo radica en sus playas, por lo cual los enfoques de las diferentes organizaciones trabajando en la zona (como el Programa de Manejo de Recursos Costeros -PMRC-, el Programa de Ordenamiento de Playas -POP-, entre otros) van hacia la capacitación de los pobladores y comerciantes locales, la conservación de los recursos y la seguridad del turista. Recibe sus mayores ingresos de Enero a Abril (temporada costa).

Pesca: Un sector sumamente importante para la economía de la zona. Se identifican tres niveles de actividad pesquera: la artesanal (con bajo capital y gran cantidad de pescadores), la de barcos tamaño medio (con mayor especialización) y la pesca con alta tecnología. Según el CERUR (1995), la pesca artesanal genera la mayor cantidad de empleo, pero maneja inadecuadamente el producto (por falta de tecnología). La pesca es una actividad que se mantiene constante durante el año, sin embargo se encuentra restringida por temporadas de veda de ciertas especies, época en la cual los pescadores buscan otras especies para atrapar.

Artesanía: Las principales actividades radican en la elaboración de objetos tradicionales, la ebanistería y el calzado. Uno de los principales mercados para la actividad artesanal, en especial la de calzado, es la ciudad de Guayaquil. Actualmente, entidades que trabajan en la zona, tales como la Fundación Propueblo, la ESPOL o el Ministerio de Industrias y Competitividad, cuentan con iniciativas para apoyar al sector en capacitaciones y crédito. Al igual que el sector turístico, recibe sus mayores ingresos de Enero a Abril (temporada costa).

Agricultura: Generalizadamente hay un bajo nivel tecnológico en estas actividades, por lo cual el uso de la mano de obra es mayor y el rendimiento bajo. Los principales cultivos anuales identificados en la zona son: maíz duro, tomate,

sandía, pimienta, melón y pepino. En cuanto a cultivos perennes destacan la paja toquilla, los cítricos y el mango. Los productores comercializan sus productos con intermediarios, quienes llevan la mayor parte de la ganancia por conocer mejor el mercado.

Cantón Salinas

Salinas es conocido como el principal balneario del Ecuador en la provincia de Santa Elena. Ubicada a 141 km. de Guayaquil y a 549 km. de Quito. Salinas es visitada cada año por turistas nacionales e internacionales para disfrutar de sus hermosas playas. Además es el sitio ideal para la práctica de deportes náuticos: buceo, tabla, vela, voleibol playero, jet ski y pesca deportiva de profundidad. El estudio de investigación está enfocado en el cantón Salinas.

Figura No. 2: Mapa del Cantón Salinas



- **Información básica**

La playa de Salinas tiene una extensión de 15 kilómetros y cuenta con aguas de temperatura cálida. Su nombre se origina por su inagotable fuente de producción de sal yodada, que por muchos años ha explotado de sus extensas minas denominadas salinas. Para disfrutar todo el año. Rodeada de los más maravillosos paisajes que la madre naturaleza dibujó en su escenario y en su cielo formando un impresionante contraste de los más bellos elementos, ha hecho que se convierta en un verdadero paraíso marino.

Su nombre se origina por su inagotable fuente de producción de sal yodada, que por muchos años ha explotado de sus extensas minas denominadas “salinas”. Este balneario es el centro de diversión por excelencia del país, pues tiene excelentes restaurantes y hoteles, además de modernas discotecas, para disfrutar todo el año. Salinas cuenta con varios atractivos turísticos, uno de ellos es “La Chocolatera” que está ubicado dentro de la Base Naval de Salinas, en la punta más saliente de la Península, y que constituye el segundo punto más saliente de la costa sudamericana.

- **Ubicación:** Salinas se encuentra ubicado a 144 Km de la ciudad de Guayaquil, en el extremo más saliente de la costa del Pacífico Sur, formando parte de la provincia de Santa Elena, en la zona conocida como “Puntilla de Santa Elena”. Salinas se ha conformado como una ciudad que se desarrolla eminentemente en base al turismo de sol, mar y playa, con una infraestructura hotelera de primera calidad.

- **Límites:** Al norte: Océano Pacífico, sur: Océano Pacífico, este: LA Libertad y Santa Elena, oeste: Océano Pacífico

- **Población:** 90.031 habitantes. 45.747 hombres y 44.284 mujeres habitan en el área urbana 70.294 y en el área rural 20.737 personas. La población aumenta en un 50% durante el periodo vacacional. La población extranjera se compone de diversas nacionalidades, especialmente de Europa, Japón y Estados Unidos.

- **Clima:** El clima de Salinas es de clima árido o desértico debido a un ramo de la corriente de Humboldt pasando por la península. Es en la ciudad de Manta (Ecuador) donde se desvía el ramo de la corriente hacia las Galápagos. Su promedio anual de precipitación es entre 100 a 150 mm, es la ciudad ecuatoriana más seca. Tiene dos temporadas, la lluviosa y la seca. La lluviosa comprende entre los meses de enero hasta abril y la seca en los meses restantes. Durante la temporada lluviosa, la precipitación que se registra es casi el 90% de toda la pluviosidad que cae anualmente.

CAPITULO II

2. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología es el instrumento que enlaza el sujeto con el objeto de la investigación, sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico que está relacionado con el plan de asociatividad planteado.

2.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación se desarrolló pensando en un procedimiento básico que guía las fases de recolección de datos y análisis del plan de asociatividad. Es la estructura que especifica el tipo de información que debe ser recolectada, las fuentes de datos y el procedimiento de recolección de datos. Un buen diseño garantizó que la información obtenida sea consistente con los objetivos del estudio y que los datos se recolectaron a través de procedimientos exactos y económicos.

2.2.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de investigación que se utilizó es:

Proyecto Factible.- se consideró como la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solución de problemas, requerimientos o necesidades de la asociación.

Este trabajo de investigación está enmarcado con un enfoque cualitativo, en razón del problema y los objetivos a alcanzar para la ejecución de trabajo de investigación, ya que a través del análisis crítico de las cualidades, elaboración y validación de la propuesta, permitió que se desarrolle el plan de asociatividad. El trabajo se apoyó adicionalmente con la investigación documental bibliográfica, la cual permitió construir la fundamentación teórica del trabajo de investigación.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

- **Por el propósito**

Básica: ayudó a la formulación, ampliación o evaluación a la teoría de la asociatividad. Se aplicó este tipo de investigación para ampliar todo lo relacionado con las teorías de la asociatividad.

- **Por el nivel de estudio**

Nivel Descriptivo: Se implementó el estudio de índole descriptivo ya que se analizan formas de comportamiento de presidente, asociados y demás involucrados en la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas, optando por redactar los hechos y falencias relacionados con el problema y la asociación entre variables, para luego ser tabulados y procesados con el empleo de técnicas de recolección de datos como la entrevista, cuestionarios y fichas de observación.

- **Por el lugar.**

Investigación bibliográfica: En el presente trabajo, se apoyó en la consulta de libros y documentos concernientes a la Administración y por lo que es menester

promover una readaptación de los procesos relacionados con el personal profundizando los conceptos emanados por grandes exponentes y estudiosos de la rama, para solidificar dicha teoría con los argumentos propios expuestos dentro de este trabajo de investigación.

Investigación de campo: Fue realizado en el cantón Salinas, donde se hizo un análisis de la situación de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”, los cuales son artesanos que producen y comercializan artesanías.

2.4. METODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación son los procedimientos que se aplican para lograr los objetivos que se han propuestos. Para el desarrollo de la presente investigación, se emplearon los siguientes métodos:

- a) **Método estadístico:** mediante el cual se recopiló, elaboró, interpretó datos numéricos de las encuestas, para conocer la realidad del entorno en que se fundamentó este proyecto.

- b) **Método analítico:** consistió en el análisis de las necesidades que atraviesa Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”.

2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Entre las técnicas de recolección de datos más empleadas, se menciona:

- Observación directa
- Encuesta y entrevista

➤ **Observación:**

Se realizó una observación a los clientes que visitan a la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”, mediante el cual se pudo dar un diagnóstico eventual hasta que se pruebe la magnitud de la problemática a través de otras técnicas. Mediante la técnica de observación directa se conoció la realidad que permite definir datos importantes que tengan relación directa con el problema de investigación.

Por medio de este instrumento se recopiló la información sustraída de las visitas de campo, la misma quedó impregnada en la guía de observación. La que se estructuró de la siguiente manera:

Primera parte: comprende aspectos básicos informativos como: a quienes se realizó la ficha, número de personas observadas, fecha y hora.

Segunda parte: conformada por las instrucciones que determinen la forma del llenado con la escala respectiva.

Tercera parte: comprendió la composición del formato de la observación en sí con el rayado adecuado relacionado con las necesidades del investigador, en el cual estipula la descripción del aspecto observado, las acciones a evaluar, registros

de cumplimiento, con acotaciones adicionales que se den dentro del fenómeno observado.

Por último: firmas del responsable.

➤ **Entrevista:**

Se empleó la entrevista para la recolección de información ya que es útil en el análisis de procesos para identificar información que ayude en la elaboración del plan de mejora y procesos de análisis de problemas. El diseño que tiene la entrevista es el siguiente:

➤ **Encuesta:**

La encuesta se realizó con el fin de obtener un conjunto de preguntas ordenadas dirigidas a una muestra representativa de la población. Los datos se consiguieron a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a los directivos de los centros comerciales que son destinos como canales de distribución en la propuesta, la misma permitió obtener la información en el menor tiempo posible para beneficio de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”.

Tipos de preguntas:

- Escala de Likert

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

ítem o reactivo). La escala se llama así por Rensis Likert, que publicó un informe describiendo su uso, en el año de 1932.

Para la recolección de información acerca del desarrollo de los sistemas de trabajo en equipo de los miembros de la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” se empleó la aplicación de los lineamientos teóricos de Rensis Likert, el contenido de las preguntas tuvo relación con los objetivos del estudio y se considera la operacionalización de las variables.

La ponderación, en un procedimiento arbitrario también se pueden asignar por desviación sigma o desviación estándar- puede ir de 0 a 5 o de -2 a 2 (muy desacuerdo a muy de acuerdo. respectivamente).

Alternativa A:

Muy de acuerdo,
De acuerdo,
Indeciso (indiferente),
Desacuerdo,
Muy desacuerdo.

Alternativa C:

Definitivamente sí
Probablemente sí
Indeciso (Afirmación)
Probablemente no
Definitivamente no

Alternativa B:

Totalmente de acuerdo
De acuerdo
Neutral (Afirmación)
En desacuerdo
Totalmente en desacuerdo

Alternativa D:

Completamente verdadero
Verdadero
Ni falso
Ni verdadero (Afirmación)
Falso
Completamente falso

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.6.1. Población

La población que se estableció fue:

- Clientes, turistas locales o a nivel nacional que llegan de visitan al cantón Salinas por diferentes periodos del año. Los datos más acordes con la realidad son las aproximaciones estadísticas del flujo turístico hacia la Provincia obtenidas a través del señor Douglas Dillon, director de la Cámara Provincial de Turismo-Capítulo Santa Elena; y señor Joseph Garzozzi, director de la unidad de turismo del Municipio de Guayaquil; entrevistas informales a pequeños propietarios de restaurantes en la Provincia, así como datos generales del flujo de visitantes en feriados a través de artículos de prensa local.

Las cifras más importantes son las siguientes:

- Durante un feriado de Carnaval se estima que 1'500.000 turistas se movilizan a nivel nacional. De esta cantidad, de un 12 al 15 % del movimiento turístico interno, se dirige a La Península (Ministerio de Turismo).
 - 2000 ecuatorianos viajan este feriado a las playas del Caribe (Diario El Comercio, cuaderno 1-9, 1 de Noviembre del 2006).
- 300.000 personas se desplazan de Guayaquil a la Provincia en Carnaval y en Semana Santa “respectivamente” (Garzozzi, 2006).
- Feriado de Semana Santa, del 2006, 9.500 carros livianos, 400 buses. (Comisión de Tránsito del Guayas-CTG)
- Se estima que a la Provincia la población flotante llega a: 2'000.000 dos millones de visitantes al año 800.000 en temporada de costa 3 meses Enero a Abril.

- El resto repartido en el resto del año. (Dillon, 2006), por lo que se realizó una prueba piloto de 200 turistas que visitan el cantón Salinas, y son clientes de la asociación.
- Autoridades de los centros comerciales, los mismos que fueron establecieron como canales de distribución en la propuesta.
- Y por último tenemos a los miembros de la asociación, es decir los artesanos legalmente constituidos el 2 de marzo del 2008 en el cantón Salinas, según especificaciones y cuyos datos fueron proporcionados por el Sr. Abel Burgos Moreira, Presidente de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”.

La clasificación de la población fue la siguiente:

Cuadro No. 2: Clasificación de la población

SECCION	DATOS
Personas a observar – usuario	200
Personas a entrevistar - Directivos	4
Personas a encuestar – artesanos de la asociación	16
TOTAL	220

Fuente: Douglas Dillon, director de la Cámara Provincial de Turismo - Capítulo Santa Elena; señor Joseph Garzosi y Sr. Abel Burgos – presidente de la asociación.

2.6.2. Muestra

Cuadro No. 3: Clasificación de la muestra

SECCION	DATOS
Ficha de observación– usuario	200
Entrevistas- Directivos	4
Encuestas – artesanos de la asociación	16
TOTAL	220

Fuente: Douglas Dillon, director de la Cámara Provincial de Turismo - Capítulo Santa Elena; señor Joseph Garzosi y Sr. Abel Burgos – presidente de la asociación.

2.6.3. Determinación del tamaño de la muestra para una población finita

El tipo de muestra que se utilizó es el método Probabilístico debido a que se obtuvo una muestra total de la población de artesanos, tomando como referencia la base de datos que proporciono el Sr. Abel Burgos Moreira, Presidente de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”, los cuales son 16 artesanos y como es un universo pequeño se considera su totalidad.

2.7. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Es un diagnóstico sobre la información recogida a través de la encuesta dirigida a los artesanos legalmente constituidos del cantón Salinas, de la provincia de Santa Elena.

Sobre este particular, se puede resumir de la siguiente manera:

1. Se acudió al gremio seleccionado, para dialogar con los representantes de cada asociación, y mostrarle la inquietud referente al tema de investigación que está realizando; y, a solicitarle el permiso respectivo.
2. Luego, se procedió a realizar la investigación bibliográfica, de todo lo que se refería al tema de investigación acudiendo a todos los lugares posibles que nos proporcionaran la información necesaria.
3. Posteriormente se acudió al Sr. Abel Burgos Moreira - Presidente de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”, cantón Salinas, para dialogar con su representante haciendo referencia al apoyo necesario que se pueda brindar a este trabajo de investigación.
4. Por último, se procedió a la recopilación de la información y tabulación de los resultados en donde se está seguro del logro de la puesta en marcha del plan de asociatividad.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1.FICHA DE OBSERVACIÓN

Ficha de observación – Satisfacción del cliente			
No. De personas observadas: 200 personas			
Fecha: 19 de Agosto del 2012			
Hora: (16:00 pm - 20:00 Pm)			
ASPECTOS DE LA OBSERVACION	Bien	Regular	Malo
Aseo y orden			
Limpieza de las instalaciones	x		
Presentación adecuada de las artesanías		x	
Iluminación adecuada		x	
Atención al usuario			
El trato personal – cliente es considerado y amable.	x		
Se conocen los intereses y necesidades de los usuarios		x	
Educación	x		
Seguridad			
Herramientas adecuadas			x
Materiales idóneos		x	
Instalaciones seguras		x	
Empatía			
Horario oportuno establecido de atención al cliente			x
Información clara y comprensible al cliente sobre las artesanías que ofrece		x	
La Asociación recoge de forma adecuada las quejas y sugerencias de los usuarios		x	
Diseño			
Originalidad	x		
Información del material utilizado	x		
Variedad		x	
Presupuesto			
Precios accesibles	x		
Variedad de precios	x		
Sus gustos y preferencias son cubiertas acorde a lo presupuestado		x	
Responsable: Shayli Riera R.			

Fuente: Turistas que visitaron las instalaciones de la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”

La ficha de observación se aplicó en un momento oportuno donde se observaron algunos aspectos:

- Dentro del aspecto de Aseo y orden se obtuvo al 33.33% de los observados se notó que les agrado la limpieza de las instalaciones, mientras que el porcentaje restante dio énfasis en el aspecto regular donde el establecimiento no cumple con las óptimas condiciones en presentación e iluminación necesarias para la una adecuada atención al cliente por lo que se observó al cliente un poco incómodo en las instalaciones donde actualmente la asociación comercializa sus artesanías, este local fue dado por la municipalidad del cantón Salinas, las autoridades indican que en un futuro existirá un infraestructura más amplia para comodidad de todas las asociaciones del cantón.
- En el ámbito de Atención al cliente el 33.33% de los visitantes observados se inclinaron a que la asociación ofrece una atención con calidez, El trato personal-cliente es considerado y amable en ellos, otro grupo del 33.33% demostró que no se conoce bien las necesidades de los compradores por lo que se en el aspecto Regular, y la diferencia en el ítems de educación quedaron agradados con el trato de los artesanos, algo positivo para la asociación.
- En determinación sobre Seguridad, el 33.66% de los observados dio indicios a que la seguridad es malo, las herramientas utilizadas por parte de los artesanos no son específicas para el trabajo que se realiza y se las utiliza en aspectos que no es de su funcionamiento por falta de las adecuada, estas herramientas son de baja calidad por falta de ingresos económicos pero si se encuentran en buen estado de limpieza y conservación por el cuidado de los miembros de la asociación. El material es idóneo para producir las artesanías y se encuentran en un área segura de acuerdo a las actitudes medidas con un 66.34%

- La Empatía del 33.33% de los clientes observados se inclinó a lo malo del horario de atención, su malestar fue notorio porque la atención no es estable, esto se da por las diferentes épocas del año siendo un motivo de malestar de los clientes ya que no hay un horario fijo de atención, mientras en el aspecto regular se percibió que la información no es clara y comprensiva por parte de los artesanos, aspecto a que se debe mejorar, mientras que las sugerencias en su minoría no son atendidas.
- El 66.34% de los observados dieron a relucir su conformidad con el Diseño ya que cuenta con originalidad y una gran variedad de diseños, mientras que la diferencia resalto que falta variar la producción para cubrir algunos gustos de los visitantes..
- El presupuesto con el cual se maneja el cliente es acorde a lo que ofrece la asociación, los precios son accesibles con una inmensa variedad de precios cubriendo las sugerencias del cliente, por lo que se observó que el 100% de los clientes están satisfechos con lo que ofrece la asociación de pequeños comerciantes de artesanías “Artes en las Manos”.

Con una calificación de bueno, regular y malo fueron acentuadas las actividades que realizan los clientes que visitan las instalaciones de la asociación de pequeños comerciantes de artesanías “Artes en las Manos”, ellos realizaron sus actividades de compra de manera normal por lo cual se pudo ejecutar la ficha de observación de manera idónea. De manera global existe una calificación excelente para la predisposición por parte de los clientes, estos resultados refleja la transparencia con la cual se ha dispuesto desde un principio este trabajo de investigación.

3.2. ANALISIS DE LA ENTREVISTA

ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES INVOLUCRADAS EN EL PLAN DE ASOCIATIVIDAD.

1. ¿Considera usted que la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” necesita de un plan de asociatividad para que mejore su actividad comercial?

Las autoridades entrevistadas determinan con un rotundo 100% a un SI, señalando que es un acierto referente a la necesidad de un plan de asociatividad para la Asociación de pequeños Artesanos “Artes en las Manos” del cantón Salinas, el cual se encargue de todos los aspectos relacionados a la actividad artesanal de cada uno de los miembros de la misma, siendo uno de los principales criterios el crecimiento constante de la asociación en cuanto a la unión del personal y en los procesos de producción y comercialización, por lo tanto es necesaria la ejecución adecuada de cada uno de las etapas que ratifique la orientación de todos los miembros.

2. ¿Cree usted que la asociación necesita que sus miembros obtengan más capacitaciones?

Siendo la capacitación la base del éxito según el juicio del grupo entrevistado, indican con un 100% que si se necesitan más capacitaciones para los miembros de la asociación , ya que de ella depende de se mejore el proceso de tanto de producción y comercialización de artesanías como la atención pertinente al cliente, también se debe considerar la planificación a seguir dentro de las labores diarias de la actividad artesanal, las autoridades están de acuerdo que la asociación debe realizar un trabajo mancomunado para que las capacitaciones que se puedan dar obtengan excelentes resultados, ya que ellos tiene relación directa con el entorno, los clientes y determinan las necesidades diarias con las cuales se pueden estudiar y ejecutar estrategias que harán más competitiva a la Asociación de Pequeños Comerciantes de artesanías “Artes en las Manos”.

3. ¿Creen que necesitan una persona con experiencia en el ámbito financiero que lleve la contabilidad de la asociación?

Supieron manifestar la mayoría de ellos con un 85% en la idea que no necesitan de una persona fuera de la asociación, más bien que se debe capacitar al personal por medio del Ministerio de Inclusión Económica y Social, la misma que ofrece este servicio para beneficio de los gremios, mientras la minoría con un 15% señalan que si existe la oportunidad de contratar una persona que este fuera de asociación puedan hacerlo contado con el respaldo económico de todos para cubrir su pago mensual. Es una opción que se puede considerar.

4. ¿Estaría de acuerdo en apoyar al Plan de Asociatividad para la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas”, con el fin de mejorar la calidad de vida comercial de los involucrados?

Con el propósito de comprobar el apoyo al plan de asociatividad por parte de las autoridades involucradas se planteó esta interrogante, los mismos que manifestaron un si en colectivo con el 100%, la noción de mejora de vida hacia los miembros de la asociación se puede dar gracias al planteamiento de este trabajo de investigación. Siempre y cuando se cumplan con los parámetros establecidos por parte de todos los que conforman la asociación involucrada.

5. ¿Califica al Plan de Asociatividad como un beneficio para los miembros de la asociación?

Para comprobar el beneficio del plan de asociatividad dentro del criterio de los entrevistados, supieron manifestar con un 100% generalizado en un ambiente optimista, consideran que es una fuente de desarrollo económico y social, de ello depende la mejora de actividad comercial de los artesanos, los dos aspectos están relacionados por ende se debe enfocar en primer lugar buscando situaciones que guíen al camino del éxito de la asociación, después lograr sus objetivos planteados.

3.3. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Ítems:

1. ¿Existe colaboración entre miembros de la asociación?

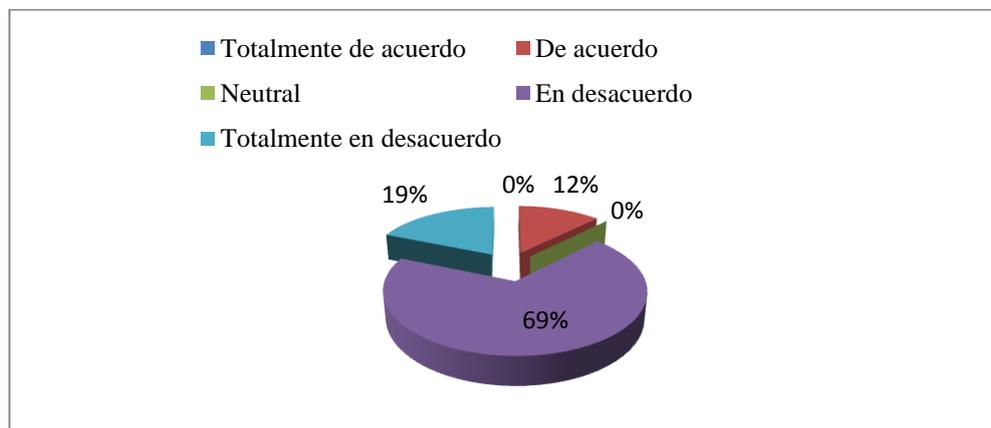
Tabla No. 1: Mecanismo de cooperación

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
1	Totalmente de acuerdo	0	0%
	De acuerdo	2	12%
	Neutral	0	0%
	En desacuerdo	11	69%
	Totalmente en desacuerdo	3	19%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Gráfico No. 1: Mecanismo de cooperación



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”.

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez.

Análisis:

Su mayoría con el 69% está en desacuerdo en la existencia de colaboración entre miembros de la asociación, la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”, no trabaja con un mecanismo de cooperación es decir su trabajo no cuenta con el apoyo de todos, cada uno de los integrantes labora de manera individual, el plan de asociatividad busca la mejora de esta situación.

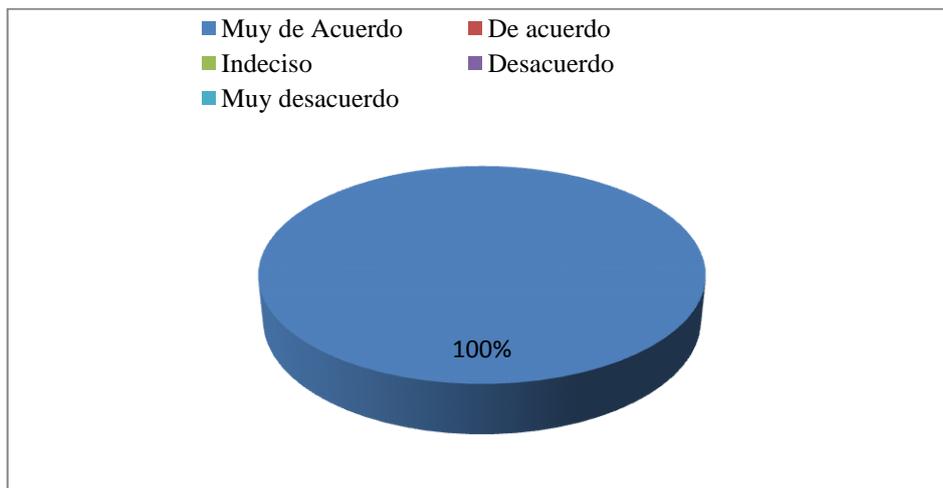
2. ¿Su trabajo dentro de la asociación conlleva a una participación voluntaria?

Tabla No. 2: Participación voluntaria

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
2	Muy de acuerdo	16	100%
	De acuerdo	0	0%
	Indeciso	0	0%
	Desacuerdo	0	0%
	Muy desacuerdo	0	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”.
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez.

Grafico No. 2: Participación voluntaria



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”.
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez.

Análisis:

Todos los encuestados señalaron que estuvieron totalmente de acuerdo con su participación dentro de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”, es una decisión voluntaria siendo un aspecto positivo para alcanzar los objetivos planteados dentro del trabajo de investigación.

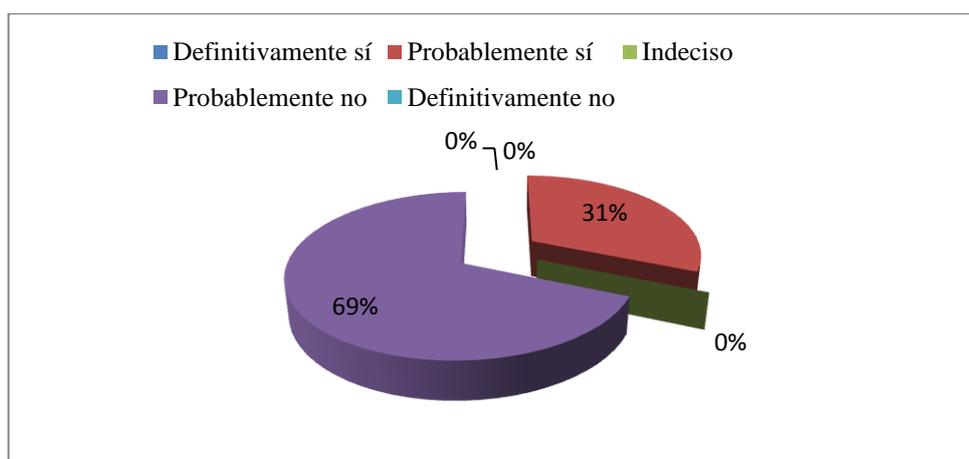
3. ¿Se trabaja por la asociación de manera que sea un esfuerzo en conjunto?

Tabla No. 3: Esfuerzo en conjunto

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
3	Definitivamente sí	0	0%
	Probablemente sí	5	31%
	Indeciso	0	0%
	Probablemente no	11	69%
	Definitivamente no	0	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
 Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Grafico No. 3: Esfuerzo en conjunto



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
 Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas, se determinó que la mayoría con un 69% manifestó que probablemente no se trabaja por la asociación de manera que sea un esfuerzo en conjunto, declarando que laboran de manera individual, mientras que el 31% de ellos indico que probablemente sí, pero que no es continuo por lo que es una acción a considerar para este trabajo de investigación.

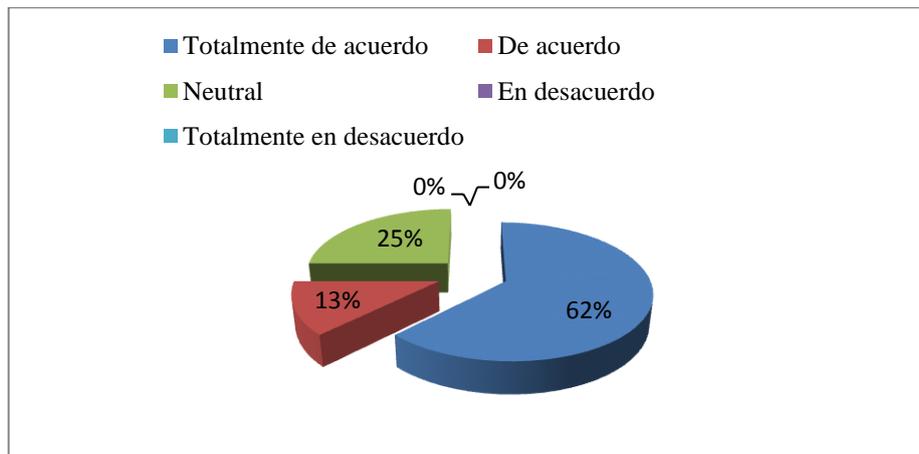
4. ¿Estaría dispuesto a laborar en un punto de distribución para expandirse en el mercado?

Tabla No. 4: Punto de distribución

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
4	Totalmente de acuerdo	10	62%
	De acuerdo	2	13%
	Neutral	4	25%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Gráfico No. 4: Punto de distribución



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

Los artesanos, indicaron estar totalmente de acuerdo con un 62%, en su disposición a laborar en un punto de distribución, para expandirse en el mercado y así obtener mayor rentabilidad, a diferencia de un 13% que reveló estar de acuerdo, por último un mínimo porcentaje fue neutral.

5. ¿Innovan sus productos de manera constante para aprovechar las oportunidades del mercado?

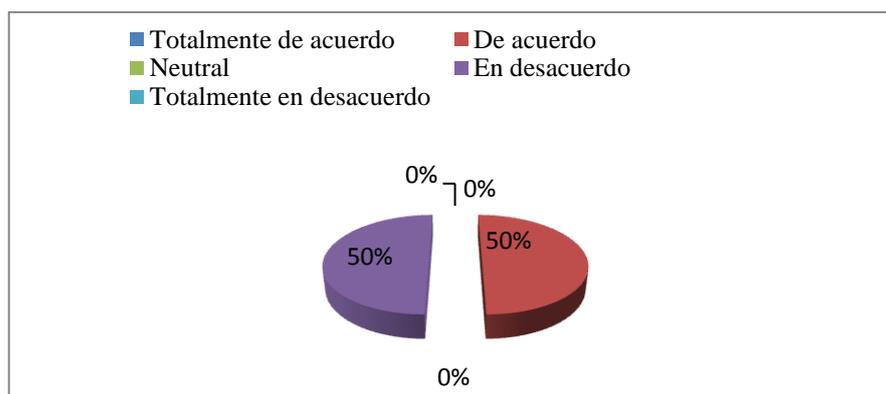
Tabla No. 5: Oportunidad en el mercado

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
5	Totalmente de acuerdo	0	0%
	De acuerdo	8	50%
	Neutral	0	0%
	En desacuerdo	8	50%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Grafico No. 5: Oportunidad de mercado



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

Mediante las encuestas realizadas, el 50% de los miembros de la asociación en dijeron estar de acuerdo a la innovación de sus productos de manera constante para aprovechar las oportunidades del mercado, pero requieren de más espacio físico para que su trabajo sea reconocido, mientras que la diferencia manifiesta su desacuerdo por lo que requieren de capacitaciones que ofrecen las instituciones públicas pero carecen de información.

6. ¿La asociación se esmera para cubrir metas?

Tabla No. 6: Metas

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
6	Definitivamente sí	0	0%
	Probablemente sí	0	0%
	Indeciso	0	0%
	Definitivamente no	0	100%
	Totalmente en desacuerdo	16	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Grafico No. 6: Metas



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

Los artesanos, exponen un total desacuerdo con un 100% ya que la asociación no se esmera para cubrir metas, por no tenerlas establecidas es escasa la colaboración por parte de la mayoría de los integrantes de la asociación, sin lugar a duda el trabajo en equipo es parte primordial para que surjan prósperamente en una meta en común.

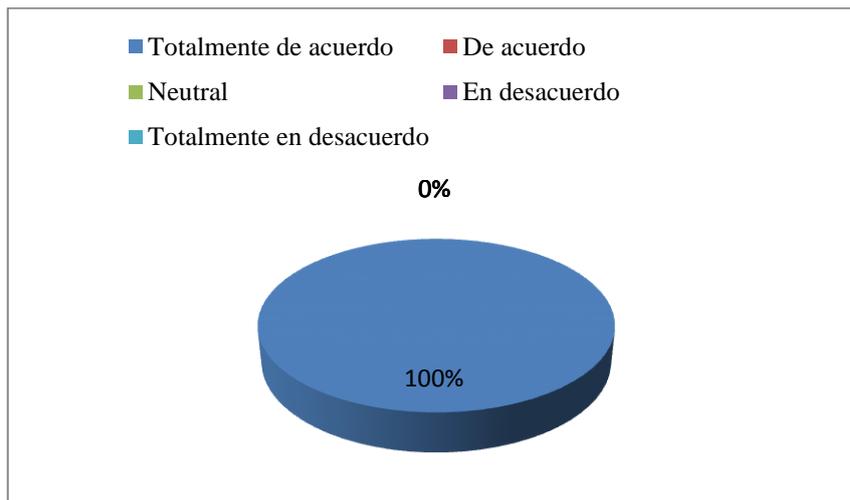
7. ¿Estaría dispuesto a incrementar su actividad económica?

Tabla No. 7: Actividad comercial

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
7	Totalmente de acuerdo	16	100%
	De acuerdo	0	0%
	Neutral	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Grafico No. 7: Actividad comercial



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

Una masiva respuesta del 100% de los artesanos encuestados manifestaron un total acuerdo al estar dispuestos a incrementar su actividad económica, ellos desean aumentar sus ventas pero no poseen los medios necesarios para lograrlo, requieren de ideas productivas que den prioridad a esta situación.

8. ¿Sus artesanías cuentan con un valor agregado que las diferencien de las demás?

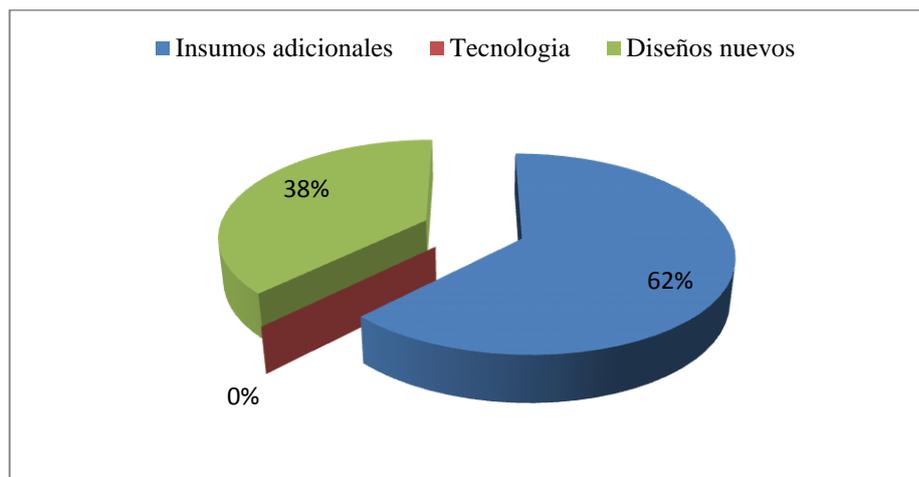
Tabla No. 8: Valor agregado

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
8	Insumos adicionales	10	62%
	Tecnología	0	0%
	Diseños nuevos	6	38%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Grafico No. 8: Valor agregado



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

Su mayoría con el 62% manifiesta que poseen insumos adicionales en sus artesanías, siendo un valor agregado que las distingue de las demás, mientras que la diferencia indica que realizan nuevos diseños, pero necesitan de algunas herramientas adecuadas para la producción y capacitaciones, sin lugar a duda requieren de más oportunidades en el mercado para variar su producción.

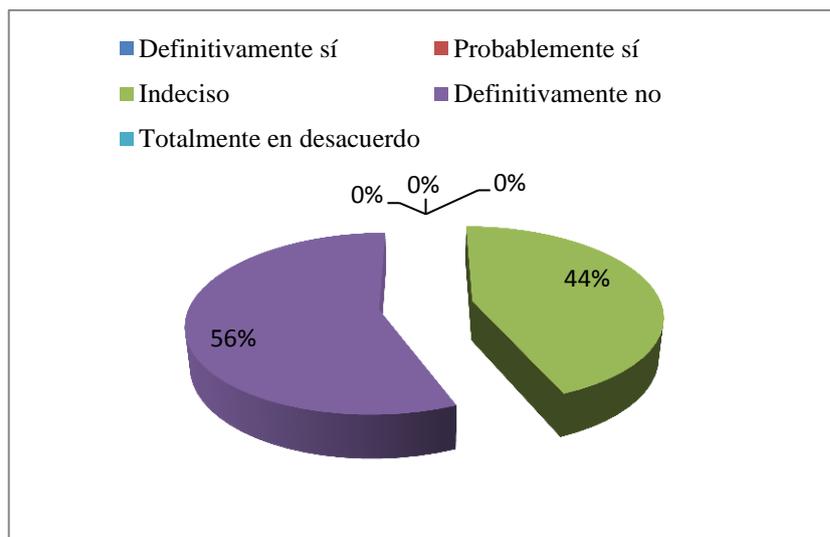
9. ¿Su producción es adecuada dentro de la asociación?

Tabla No. 9: Producción

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
9	Definitivamente sí	0	0%
	Probablemente sí	0	0%
	Indeciso	7	44%
	Definitivamente no	9	56%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Grafico No. 9: Producción



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

El 56% de los encuestados manifestaron que definitivamente no se tiene una producción adecuada dentro de la asociación, mientras que la diferencia se muestra indecisa, situación que refleja la inconformidad ya que la producción no se puede realizar adecuadamente por falta de espacio físico. Por ende los canales de distribución planteados en la propuesta son de gran ayuda.

10. ¿Posee una planificación acorde a la necesidad del mercado?

Tabla No. 10: Planificación

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
10	Totalmente de acuerdo	0	0%
	De acuerdo	0	0%
	Neutral	0	0%
	En desacuerdo	16	100%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Grafico No. 10: Planificación



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”

Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

De manera general los encuestados señalaron su profundo desacuerdo al no contar con una planificación acorde a las necesidades del mercado, y al no poseerla su trabajo se realiza de manera empírica, siendo un punto débil para la asociación. Entorno a considerar dentro del trabajo de investigación en busca de un desarrollo económico para la misma.

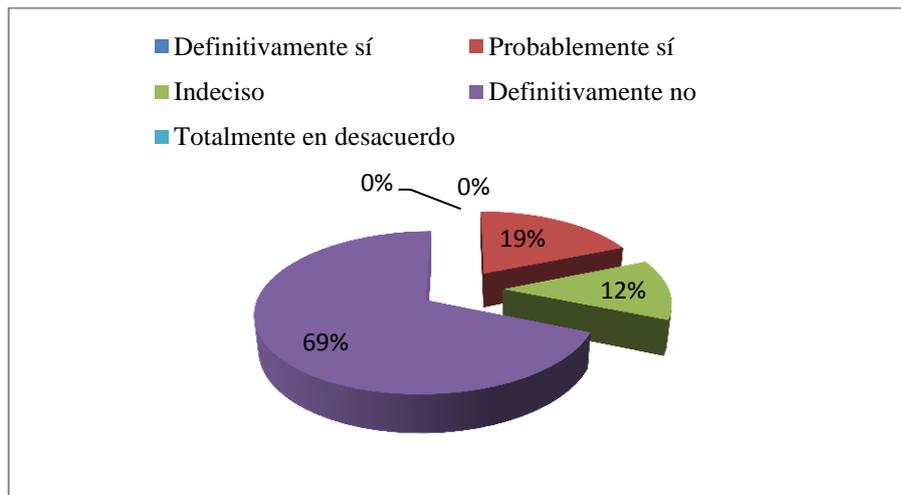
11. ¿La comercialización de sus artesanías cubre las expectativas dentro de la asociación?

Tabla No. 11: Comercialización

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
11	Definitivamente sí	0	0%
	Probablemente sí	3	19%
	Indeciso	2	12%
	Definitivamente no	11	69%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Grafico No. 11: Comercialización



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

De acuerdo a las respuestas de los encuestados el 69% indicaron que definitivamente no existe una adecuada comercialización de sus artesanías, por ende no cubre las expectativas dentro de la asociación, el 19% señaló que probablemente sí, pero se requiere de una mejor planificación para aumentar los ingresos económicos, y la diferencia se mostró neutral a la pregunta establecida por lo cual existen falencias que deben ser mejoradas para un bien común.

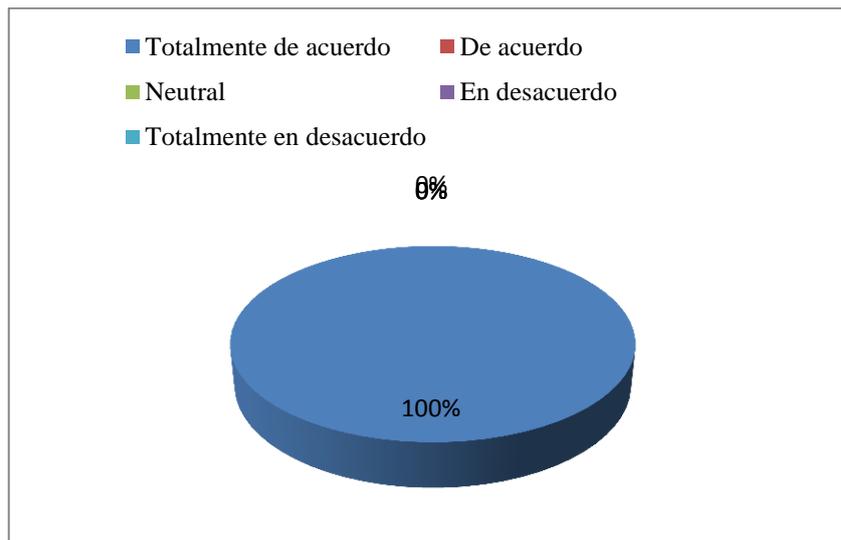
12. ¿Necesitan capacitación para incrementar sus ventas?

Tabla No. 12: Ventas

Ítem	Escala de valoración	Cantidad	Porcentaje
12	Totalmente de acuerdo	16	100%
	De acuerdo	0	0%
	Neutral	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total		16	100%

Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Gráfico No. 12: Ventas



Fuente: Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”
Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Análisis:

Su totalidad exteriorizó estar totalmente de acuerdo, necesitan capacitación para incrementar sus ventas. Es necesaria para que su actividad comercial crezca y sus clientes queden aún más satisfechos tanto en la adquisición de sus productos como en la atención que reciben.

3.4.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.4.1. Conclusiones

- De acuerdo a las deducciones alcanzadas en la ficha de observación se llegó a la determinación que las ideas, necesidades, entre otras aspectos que requiere el cliente no han sido atendidas adecuadamente, estas situaciones se considera para la mejora de su atención.
- La entrevista que se ejecutó a los directivos de los tres centros comerciales que en la propuesta constan como canales de distribución fueron muy productivas.
- Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los miembros de la asociación indicaron que existen falencias dentro de la misma, capacidades que requieren de una guía adecuada para aprovecharlas al máximo, los artesanos mostraron disponibilidad para la mejora de la asociación, esto es un gran incentivo para seguir adelante en el desarrollo del presente trabajo de investigación.
- Un aspecto a ser tomado muy en cuenta es el posicionamiento que han alcanzado en el mercado las artesanías por lo cual se pretende captar a los clientes actuales, siendo así que el plan de asociatividad sea de gran ayuda para la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”, cantón Salinas.

3.4.2. Recomendaciones

- El clientes es primordial en cada actividad comercial, de una u otra forma las opiniones de cada uno de ellos deben ser consideradas, así se trabaja en acorde a las falencias que puedan existir, siendo cubiertas poco a poco sin limitarse a no cubrirlas. De esta manera se puede obtener mayores resultados que beneficien a la asociación en general.
- La información recaudada de los directivos de los tres centros comerciales fue muy útil para el desarrollo de la propuesta del trabajo de investigación, sus ideas guiaron y formularon varias alternativas de mejora al plan de asociatividad.
- Incentivo a la asociación involucrada a la participación en el plan de asociatividad, donde se les brindó mayores beneficios que aún no obtienen como comerciantes artesanales. Este trabajo de investigación busca la optimización de recursos de los artesanos dándoles ideal innovadoras para que realicen sus ventas sin ninguna dificultad.
- Se recomienda aprovechar el posicionamiento alcanzado, cuidando la calidad de producción y comercialización de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”, ya que gracias a ellos aún permanece la cultura de la provincia de Santa Elena, siendo encargados de mantener vivo el folklore de nuestro país, utilizando sus manos como herramientas de trabajo.
- Desarrollo del comercio dentro de la provincia de Santa Elena, específicamente realizando a uno de los cantones más reconocidos del país como es Salinas, el mismo posee muchos atractivos turísticos y aún más con sus artesanías cautivan a quienes la visitan.

CAPITULO IV

4. PROPUESTA

PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA MEJORAR LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS COMERCIANTES DE ARTESANÍAS “ARTES EN LAS MANOS” DEL CANTÓN SALINAS, AÑO 2013.

4.1.DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ASOCIATIVIDAD

El Plan de Asociatividad para mejorar la producción y comercialización de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” está enfocado en los objetivos y beneficios que se puede conseguir de acuerdo a lo que se estipule dentro del mismo, también conlleva la estructura organizativa ya que debe ser la más adecuada para el análisis del plan la cual soporta los objetivos y beneficios que se alcanzaran al plantear el plan estipulado lo cual debe ser guiado por el criterio de los artesanos.

4.2. OBJETIVOS

General

- Promover a las asociaciones la expansión de su producción y comercialización a través de la socialización del plan de asociatividad para el mejoramiento de sus condiciones de vida tanto social como económica.

Específicos

- Promover los beneficios de la integración de una asociación de artesanías mediante la observación de la situación actual para el mejoramiento de la misma.
- Diseñar un organigrama que guie a la asociación a través de funciones generales y específicas para el cumplimiento de las actividades artesanales.
- Adecuar un taller artesanal que promueva la producción mediante sus nuevas herramientas para la maximización de utilidad.
- Diseñar nuevos productos a través de la creatividad para el fortalecimiento de las ventas de la asociación.
- Buscar canales de distribución que permitan la expansión en el mercado a través de participación de los miembros en varias actividades para la expansión de los productos artesanales.
- Socializar a los artesanos sobre las capacitaciones existentes mediante la guía oportuna para sus respectivas necesidades.

Filosofía empresarial

“Mi arte en tus manos”, es tomado por filosofía por parte de los asociados con un significado plasmado en la eficiencia productiva y calidad en la producción de los objetos artesanales, para ser competitivos en el mercado ofertan demás y mejores artesanías.

Misión

“Ofrecer artesanías de calidad que satisfagan las exigencias de nuestros clientes, a través de la innovación, responsabilidad y el mejoramiento continuo, generando confort y placer en armonía con el medio ambiente”

Visión

“Ser líderes a nivel nacional en la producción y comercialización de artesanías mediante procesos de gestión de calidad y reconocida por su innovación y responsabilidad”

Valores corporativos

- **Innovación:** aplicando nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de mejorar la productividad.
- **Compromiso:** manifestado por la identificación y lealtad del trabajador con la empresa, la mística y el sentido de la responsabilidad en el trabajo para el logro de los objetivos.
- **Calidad:** Produciendo y comercializando productos que satisfagan las expectativas de nuestros clientes.
- **Trabajo en equipo:** Uniendo esfuerzos se logran más y mejores cosas.
- **Mejoramiento continuo:** Buscamos siempre las mejores formas de producir y comercializar productos de calidad.
- **Responsabilidad:** Cumplimos nuestros compromisos con seriedad y solvencia.

Meta común

La meta planteada tiene como finalidad la expansión de la actividad comercial a nivel nacional de la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”.

4.3. VENTAJAS COMPETITIVAS

Las ventajas competitivas son las que posee una empresa ante otras del mismo sector o mercado. Estas ventajas competitivas se pueden dar en diferentes aspectos dentro y fuera de la asociación, por ejemplo, puede haber ventaja competitiva en el producto, en la marca, en el atención al cliente, en los costos, en la tecnología, en el personal, en la logística, en la infraestructura, en la ubicación, etc. La asociación de pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” puede tener unas ventajas competitivas:

- Al contar con un proceso productivo eficiente que le permite reducir costos, lo que, a su vez, le permite vender a precios más bajos.
- Al contar con un determinado sistema informático que le permite tomar y procesar rápidamente los pedidos del cliente, y brindar así una rápida atención.
- Al contar con un sistema de distribución eficiente, lo que le permite llegar a más puntos de ventas.
- Al contar con personal calificado, lo que le permite brindar un excelente servicio al cliente.
- Al contar con una moderna infraestructura, lo que permite brindar un ambiente cómodo y agradable a sus clientes.
- Al contar con una buena ubicación, lo que le permite tener una mayor visibilidad para los consumidores.

La idea del concepto de las ventajas competitivas es que la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”, busque siempre contar con éstas, y que refuerce y aproveche las que ya posee.

4.4.FODA

Debilidades

- 1.** No existe comunicación eficaz entre los asociados y el presidente de la asociación que permita crear o generar soluciones a diferentes problemáticas que se presentan en la actualidad; como por ejemplo la falta de capacitación que requieren para innovar sus artesanías.
- 2.** Teniendo en cuenta la falta de comunicación mencionada anteriormente, se evidencia la falta de una persona que lidere la asociación que beneficien a la los miembros de la misma; pues de acuerdo con las entrevistas realizadas a las autoridades involucradas en los canales de distribución.
- 3.** Los miembros de la asociación no poseen una formación académica, no estaban capacitados para desempeñar una función en los departamentos tales como financiero, producción y comercialización; estas personas cuentan con conocimientos basados netamente en la experiencia, por lo cual esta experiencia se ha buscado fuera de la asociación.
- 4.** Insatisfacción con la rapidez y la solución de problemas por parte de los miembros de la asociación. No existe un compañerismo adecuado donde se podrían ayudar en sus necesidades.

Oportunidades

- 1.** Reducir los costos variables por insumos mediante una negociación grupal y así poder llegar a un acuerdo con un proveedor mayorista, eliminando de esta forma intermediarios en los canales de distribución. También el hecho de que los restaurantes estén concentrados en la misma zona geográfica, permite una reducción en los costos de transporte de los insumos.
- 2.** Solucionar el problema de mal servicio percibido por los clientes a través de la creación de alianzas con instituciones especializadas en la capacitación de personas, para obtener una mano de obra más calificada, que pueda desempeñar de una mejor forma los cargos que existen en la asociación.
- 3.** Mercado que no se ha explotado en su totalidad, en el cantón La Libertad existen centros comerciales que tienen gran concurrencia de personas diariamente, por lo que se debe aprovechar.
- 4.** La competencia. El hecho de que exista un gran número de competidores en el mercado, obliga a la asociación a ser cada vez mejor, ofreciendo a sus clientes un mejor producto y brindando un mejor servicio. También se coopera con los competidores para crear y explotar correlaciones, así como para aprovechar desigualdades y complementariedades de los recursos. En este aspecto la cooperación no pretende eliminar la competencia, por el contrario se puede concebir como una estrategia destinada a aumentar la competitividad de la asociación.

Fortalezas

1. La principal fortaleza que tiene la asociación objeto de este trabajo de investigación, es el sector donde se encuentran ubicados, ya que cuentan con la visita de turistas nacionales y extranjeros, en el transcurso del año existe gran afluencia de personas por lo que aprovecha en su totalidad esta afluencia.
2. Debido al tiempo que esta asociación ha estado establecidos en esta zona del cantón Salinas, los miembros de la misma han obtenido una serie de conocimientos relacionados con el manejo del mercado y de la gestión de sus negocios; esto implica la existencia de un conocimiento tácito mas no explícito, lo cual genera una ventaja competitiva.
3. Algunos de estos restaurantes tienen más de cinco años en este sector lo cual ha generado un reconocimiento entre las personas que se desenvuelven diariamente en esta área y una clientela definida que se ha mantenido a través de los años.
4. La participación en el mercado de los miembros de la asociación es constante por lo que no pierden a sus clientes y cubren sus expectativas para mantener a sus compradores satisfechos.

Amenazas

1. La inseguridad. Este es un factor que perjudica en gran medida a la asociación pues genera desconfianza en sus consumidores, debido a los robos menores que se han presentado.
2. La infraestructura física donde se encuentran ubicados los miembros de la asociación con sus negocios genera inconformidad no solo en los consumidores, sino también en sus propietarios, pues existen espacios desaprovechados; esto se debe a las dificultades que se presentan en la adquisición de un puesto de esos.
3. Existen dos periodos críticos a lo largo del año, Esto genera una baja considerable en la rentabilidad esperada porque los costos fijos pueden superar los ingresos por la venta de artesanías.
4. Creación de nuevas asociaciones con similar actividad comercial que perjudicarían a los negocios de los miembros de la asociación.

Análisis general

De acuerdo con análisis DOFA presentado anteriormente, se pueden observar varias situaciones que vale la pena resaltar. Como resultado del análisis se puede notar que el número de debilidades que posee la asociación, tanto a nivel individual como grupal, superan en gran medida las fortalezas de los mismos, por esta razón se quiere contrarrestar este hecho presentando un gran número de oportunidades, basándose en estas debilidades y en las fortalezas encontradas al momento de hacer el análisis, también se han tenido en cuenta las amenazas buscando reducirlas y prever posibles consecuencias que estas puedan desencadenar.

Este es un sector en donde está todo por hacer, existe un gran mercado que no ha sido explotado en su totalidad, su ubicación geográfica tampoco ha sido aprovechada de la mejor forma, y la asociación se han conformado con ofrecer un producto y un servicio empírico. Sin embargo las debilidades encontradas, aunque son muchas, no son tan difíciles de corregir y solo basta con la cooperación y la voluntad de llegar a acuerdos entre miembros de la asociación para solucionarlas.

Mediante la cooperación empresarial, la asociación involucrada en este trabajo de investigación, lograrán no solamente ofrecer un mejor producto y servicio y aprovechar las oportunidades mostradas en el análisis, sino que además se pretende lograr un cambio de mentalidad en los miembros de la asociación, que se interesen por el crecimiento de sus negocios, que tengan una visión a futuro, que no se conformen fácilmente, para que de esta forma lleguen a ser más competitivos.

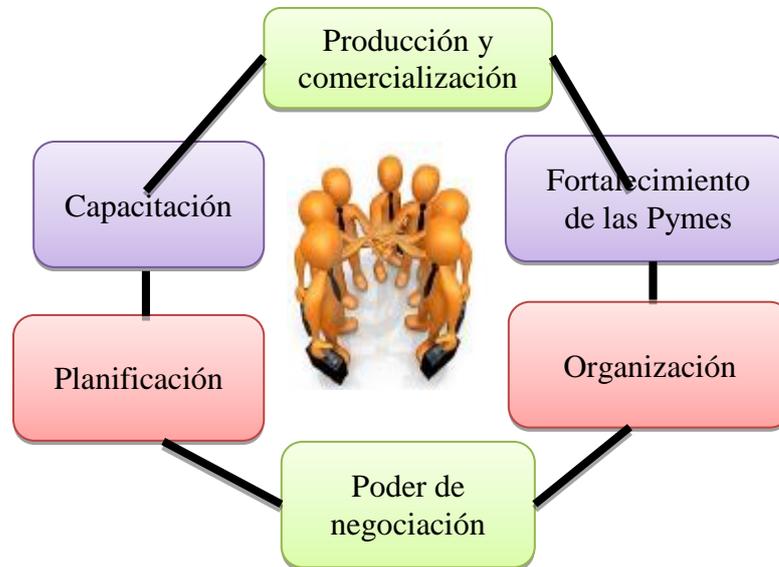
4.5. BENEFICIO DEL PLAN ASOCIATIVIDAD

Cuadro No. 4: Ganancias

SITUACIONES	BENEFICIOS
Producción y comercialización	Producción eficaz
	Comercialización oportuna
Capacitación	Personal capacitado
	Dirigentes capacitados
Fortalecimiento de las Pymes	Competitividad entre los miembros de la asociación
	Esfuerzo de las demás asociaciones en mejorar
Planificación	Resultados óptimos
	Objetivos y metas alcanzadas
Organización	Ordenamiento de las actividades que realiza la asociación
	Colaboración de todos
Poder de negociación	Nuevos mercados por explorar
	Más conocimiento del mercado

Elaboración: Shayli Riera R.

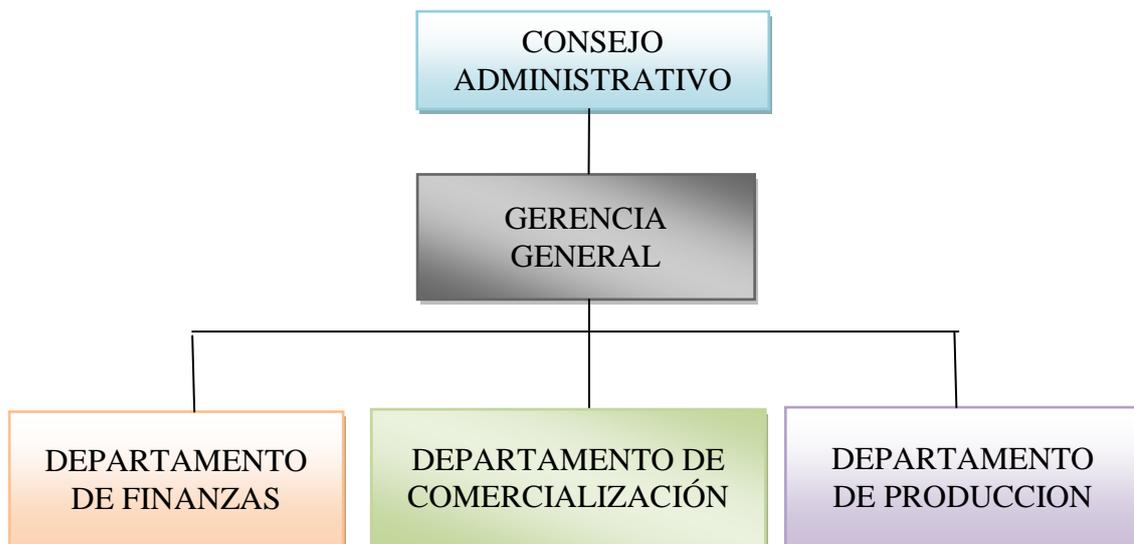
Figura No. 3: Beneficios de la asociatividad



Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

4.6. Modelo propuesto del plan de asociatividad para la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”.

Figura No. 4: Modelo propuesto de organigrama



Elaboración: Shayli Belenny Riera Rodríguez

4.6.1. Manuales de funciones

Consejo administrativo.

Función General:

Bajo su responsabilidad está el funcionamiento administrativo de la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”.

Funciones Específicas:

- Conocer la agenda de trabajo del día para su aprobación o modificación.
- Aprobar las normas generales de la administración de la asociación
- Elegir y remover con motivo suficiente a los miembros del Consejo de administración.
- Aprobar o desechar el balance y los informes relacionados con la administración de la asociación.
- Autorizar la capitalización o distribución de los intereses sobre aportaciones y excedentes correspondientes a los asociados.
- Conocer y aprobar las modificaciones de los estatutos.
- Cambiar el domicilio legal de la asociación.
- Estudiar y decidir sobre la apelación de asociados excluidos por el Consejo de Administración.
- Acordar la disolución de la Asociación si existiría el caso.
- Tener a la vista de todos los asociados los libros de contabilidad y los archivos en la forma que determinen los estatutos.
- Recibir y entregar bajo inventario los bienes muebles o inmuebles de la asociación.
- Elaborar sus planes de trabajo y someterlos a consideración de los asociados.
- Elaborar y ejecutar programas de proyección social que beneficien a la

- asociación.
- Las demás atribuciones que le señalen los estatutos y las que se estimen necesarias para una buena dirección y administración de la asociación.

Gerencia general

Función General:

Es la unidad ejecutiva responsable de la administración, control y autoridad necesaria para dirigir las operaciones determinadas por el Consejo Administrativo.

Funciones Específicas:

- Dirigir el personal bajo su cargo.
- Ente controlador administrativo de la asociación.
- Proteger los bienes de la asociación.
- Presentar informes de todas las actividades realizadas en el mes al Consejo Administrativo.
- Elaborar planes y presupuestos financieros anuales.
- Controlar y evaluar los planes de trabajo, sugiriéndole las recomendaciones necesarias al Consejo de Administración.
- Ejecutar las decisiones tomadas por el Consejo administrativo..

Departamento de finanzas

Función General:

Llevar acabo las políticas dictadas por la dirección superior a través de una eficiente administración de los recursos financieros.

Funciones Específicas:

- Definir y revisar anualmente los objetivos de la unidad.

- Desarrollar, sugerir e implementar sistemas y procedimientos financieros contables eficientes o bien mejorar los ya existentes, previa aprobación de la Gerencia.
- Evaluar y controlar el aprovisionamiento, custodia y manejo de fondos provenientes por ventas generales u otro tipo de ingreso, así como los gastos generales para el buen funcionamiento de la asociación.
- Supervisar y aprobar órdenes de compras de materiales y suministros que sean necesarios en la unidad a su cargo.
- Elaborar y tramitar las órdenes de suministros y pagos de los mismos.
- Autorizar compras y gastos apegados a las necesidades de la asociación.
- Informar constantemente a la gerencia sobre reportes de operaciones contables, costos, estadísticas, gastos, etc.
- Llevar actualizados y revisados los libros principales y auxiliares de contabilidad, de acuerdo como exige a ley.
- Preparar los estados financieros con las explicaciones y aclaraciones necesarias.
- Establecer reuniones con la gerencia, para efectos de discutir y solucionar problemas relacionados con el trabajo.
- Apoyar a la Gerencia General en la elaboración del plan operativo.
- Analizar los informes que le rinden otras unidades.
- Realizar estudios sobre la composición de los bienes de la asociación.
- Evaluar periódicamente las actividades realizadas por la unidad.
- Realizar otras funciones afines a su cargo y las que le encomiende la Gerencia.

Departamento de comercialización

Función General:

Velar porque las proyecciones de ventas se cumplan, para satisfacer la demanda existente en el mercado y los objetivos de la Cooperativa.

Funciones Específicas:

- Planificar y dirigir adecuadamente las actividades del departamento para lograr los objetivos establecidos.
- Promover la imagen de los productos.
- Buscar estrategias adecuadas de comercialización de los productos, de tal forma que se puedan obtener ganancias significativas en las ventas.
- Determinar los canales de distribución más adecuados para que la producción logre los niveles de rotación esperados.
- Velar porque el producto obtenido por los asociados esté en buenas condiciones y que conserve su calidad hasta ser entregado.
- Establecer metas de ventas a costos razonables, de acuerdo a la capacidad de producción y demanda de los clientes.
- Proponer a la gerencia, los precios de venta de los productos, para su aprobación, previo análisis de las fluctuaciones de los precios en el mercado.
- Realizar investigaciones y análisis de mercado, con el objeto de tener proyecciones en las ventas.
- Proporcionar al Gerente los pronósticos de ventas para que sirvan de base, en los planes de producción.
- Preparar, actualizar e implementar los presupuestos de mercadeo, ventas, gastos del departamento en la forma y periodos establecidos por el Gerente, y después de aprobados, supervisar que las ventas sean mayor o iguales a las presupuestadas y que los gastos se mantengan dentro de los límites establecidos.
- Evaluar periódicamente los resultados de la unidad y tomar las medidas pertinentes cuando así se requiera, para alcanzar los objetivos establecidos.
- Organizar y supervisar las compras de materiales e insumos para la producción.
- Cualquier otra función que le competa o encomiende la Gerencia en su área.

Departamento de producción

Función General:

Administrar adecuadamente los recursos con los que dispone, a fin de mejorar la productividad.

Funciones Específicas:

- Coordinar y dirigir todas las actividades del departamento, para lograr acorto, mediano y largo plazo una eficiencia y rentabilidad para la asociación, en el aprovechamiento y uso de factores y medios de producción.
- Establecer estándares de producción y controles de calidad.
- Hacer cumplir los objetivos de calidad y cantidad a un costo razonable.
- Coordinar y dirigir en forma adecuada y eficiente el almacenamiento de la producción, los materiales, equipos, insumos y demás herramientas de producción.
- Preparar el presupuesto de producción y demás informes en los periodos establecidos por la Gerencia General.
- Decidir cambios en las técnicas, métodos, procesos y sistemas de producción, de manera que aumente la producción y productividad.
- Informar consistentemente al departamento de comercialización, sobre aspectos técnicos que fuesen necesarios para la venta de los productos y compra de materiales.
- Evaluar los resultados obtenidos en las operaciones, tomando las medidas correctivas para alcanzar los objetivos.
- Orientar eficientemente al personal a su cargo hacia los objetivos establecidos por la asociación.
- Establecer técnicas de control, como círculos de calidad para garantizar el
- proceso de producción.

- Otras funciones que le corresponda desarrollar y que le encomienda la Gerencia, de acuerdo a su área.

4.6.2. Descripción genérica de la estructura

La descripción genérica hace un bosquejo generalizado de lo que se pretende con la misma, en la cual se enmarca la dependencia de autoridad, sus niveles jerárquicos y sus funciones.

La estructura organizativa presentada anteriormente, es la que se considera más adecuada para el mejor funcionamiento de la Asociatividad de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos” del cantón Salinas, con la que se pretende establecer la dependencia jerárquica a la cual pertenece cada unidad o departamento, al mismo tiempo, hacer el recurso humano más eficiente, al definir las funciones a realizar.

4.7. PLAN DE ASOCIATIVIDAD PARA MEJORAR LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE ARTESANIAS

Estrategias para el fortalecimiento del plan de asociatividad.- Dentro de la administración la estrategia es la adaptación de recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas.

¿Qué es nuestro negocio? Presente

Es una asociación próspera que busca el bienestar común de todos sus integrantes con la venta de sus artesanías a nivel del cantón Salinas.

¿Qué debería ser? Futuro

Asociación innovadora acorde a las necesidades del cliente mediante la producción y comercialización a nivel nacional en busca de nuevas oportunidades de mercado.

4.7.1. Plan de acción

Estas estrategias son el principio y ruta fundamental que orienta el proceso de esta propuesta, las estrategias muestra cómo la asociación alcanza los objetivos planteados.

Cuadro No. 5: Plan de Acción

Problema principal: Poca producción y comercialización de artesanías			
Propósito del Proyecto: Promover a las asociaciones la expansión de su producción y comercialización a través de la socialización del plan de asociatividad para el mejoramiento de sus condiciones de vida tanto social como económica		Indicador: Número de personas que conforman la asociación de pequeños comerciantes de artesanías "Artes en las manos"	
Coordinador del proyecto: Shayli Riera R.			
Objetivos específicos	Indicadores	Estrategias	Actividades
Adecuar un taller artesanal que promueva la producción mediante sus nuevas herramientas para la maximización de utilidad.	Etapas del proceso productivo a implantar	Taller artesanal adecuado para la producción	Determinar el proceso productivo por la implantación de un proceso adecuado. Mejorar la producción con un taller adecuado a las necesidades de la asociación
	Compra de nuevas herramientas de trabajo		Aumentar la variedad de productos
Diseñar nuevos productos a través de la creatividad para el fortalecimiento de las ventas de la asociación.	Innovación	Comercialización de nuevos productos	Implementar artesanías de lámparas de paja toquilla.
			Aumentar a la venta los objetos decorativos. - Artesanías de madera.
			Buscar nuevos compradores con la venta de bolsos artesanales.
Buscar canales de distribución que permitan la expansión en el mercado a través de participación de los miembros en varias actividades para la expansión de los productos artesanales.	Mayor proyección de ventas	Canales de distribución para la comercialización	Vender más artesanías en los locales de trabajo ya establecidos
	Ferias locales y nacionales		Incrementar las ventas en nuevos mercados
			Concursar para ganar un local dentro de las ferias locales y nacionales
Socializar a los artesanos sobre las capacitaciones existentes mediante la guía oportuna para sus respectivas necesidades.	Capacitaciones de las entidades públicas locales	Capacitaciones	Autogestión de participación en capacitaciones que ofrecen algunas entidades públicas a beneficio de la actividad artesanal

4.7.1.1. Taller artesanal adecuado para la producción

La elaboración de las artesanías de la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” está enmarcadas en la producción de coco, tagua, madera, tela, entre otros, las que como ya se ha mencionado anteriormente se realizan de forma artesanal y de acuerdo a la disponibilidad de tiempo que los artesanos tienen.

El espacio en el que se desarrolla la manufactura está circunscrito al libre desempeño del oficio que realizan los miembros de la asociación. Sin embargo, cuentan con un espacio propio en el malecón de Salinas que les sirve como punto de reunión y también crean sus artesanías sin ningún inconveniente, por lo que adecuación de un taller artesanal acorde a sus necesidades es primordial.

➤ Etapas del Proceso Productivo

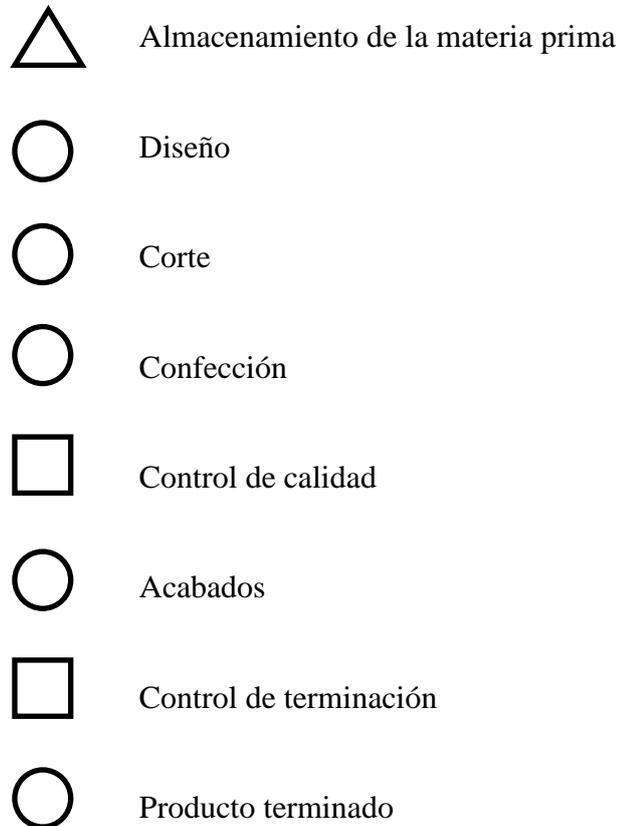
Se mejorará el proceso productivo mediante una representación gráfica de la forma como sucederán los diferentes procesos en la asociación. En su elaboración se utilizan tres símbolos internacionalmente aceptados para representar las acciones efectuadas, a saber:

 Almacenaje

 Operación

 Inspección

Diagrama de flujo de producción



Por lo que se adecuará un pequeño taller dentro de las instalaciones con herramientas básicas para que los artesanos realicen un mejor trabajo para las turistas que llegan a diario a la provincia de Santa Elena. Las mismas que ayudaran a la creación de innovadoras artesanías siendo un taller dentro de las instalaciones el cual podrá ser utilizado por todos los miembros, esto ayudará a que todos puedan gozar de herramientas y maquinarias modernas, que diversifiquen la producción con un valor agregado al obtener un producto final de mayor calidad.

El taller contará con:

MAQUINARIA	
2 Máquina de grabado y corte	\$ 8.980,00
4 Esmeril	\$ 891,84
2 Compresores	\$ 550,00
MUEBLES Y ENSERES	
4 Mesas de Trabajo	\$ 400,00
Herramientas y Materiales de trabajo	\$ 5.000,00
Perchas y Estanterías	\$ 1.600,00
Equipo Limpieza	\$ 100,00
EQUIPO DE OFICINA	
Juego de Escritorio para Presidente de la Asociación	\$ 180,00
Juego de Escritorio para personal Administrativo (Secretaria)	\$ 180,00
20 Sillas plásticas	\$ 134,00
4 Computadoras	\$ 1.184,00
2 Impresora	\$ 160,00
1 Infocus	\$ 527,00
Suministros de Oficina	\$ 300,00

Figura No. 5: Herramientas de trabajo



Grabado del cnc de corte & maquinaria para artesanías modelo Lh-1313



Esmeril de banco 8 Dw758



Compresor

4.7.1.2. Comercialización de nuevos productos

Estos tres

Artesanías de lámparas de paja toquilla.

Figura No. 6: Lámparas



➤ **Materia prima.-**

La paja toquilla es una fibra vegetal símbolo de identidad y arte en el país. Los cantones azuayos de Sígsig, Gualaceo, Chordeleg y Cuenca, principalmente, son emporios de tejedoras que elaboran los sombreros con este material, pero en la

actualidad se han innovado modelos de lámparas artesanales con este tipo de materia prima por lo que la asociación de pequeños comerciantes de artesanías “Artes en las manos” debe aprovechar la demanda de la misma el incrementar sus ventas.

➤ **Forma.-**

De ella se elaboran sombreros, carteras, collares, aretes, anillos, ganchos de cabello, tarjeteros, cinturones, lámparas y muchos productos más.

Objetos decorativos. - Artesanías de madera.

Figura No. 7: Carritos de madera



➤ **Materia prima.-**

La artesanía en madera es una obra de escultura, especialmente en madera. La asociación utiliza la madera para expresar su arte mediante un proceso de desbaste y pulido, con el propósito de darle una forma determinada, que puede ser un objeto concreto o abstracto. El producto final puede ir desde una escultura individual hasta moldes trabajados a mano que forman parte de un elemento decorativo.

➤ **Forma.-**

Sus formas son variadísimas, aunque su principal función es la decoración y el ornamento. Se usa tanto a nivel arquitectónico como para el embellecimiento de objetos de uso cotidiano. Como toda artesanía, tiene un componente artístico, en el cual el tallista-artesano vuelca su talento creativo para sacar de unas simples tablas una obra de arte, y otro componente, técnico y mecánico, que hay que tener en cuenta para que la materia prima responda a los esfuerzos del tallista y logre el resultado deseado. Para realizar la talla en madera se emplean herramientas especializadas como las gubias, eligiéndose maderas de alta densidad y que no se astillan fácilmente.

Bolsos artesanales.

Figura No. 8: Bolso artesanal



➤ **Materia prima.-**

Se utilizara tela, la misma es de una estructura laminar flexible, resultante de la unión de hilos o fibras de manera coherente al entrelazarlos o al unirlos por otros medios. A la industria que fabrica telas tejidas a partir de hilos se le llama en

general tejeduría. Con ellas las ideas y modelos se amplía para los artesanos que fabrican bolsos y carteras. Los bolsos son elaborados con cualquier tipo de tela.

➤ **Forma.-**

Se diseñan a mano los bolsos para obtener el patrón del modelo de corte y la definición del color. Los diseños se irán variando según la época del año y en cada colección se innovarán diseños. Estos bolsos tienen como materia prima principal:

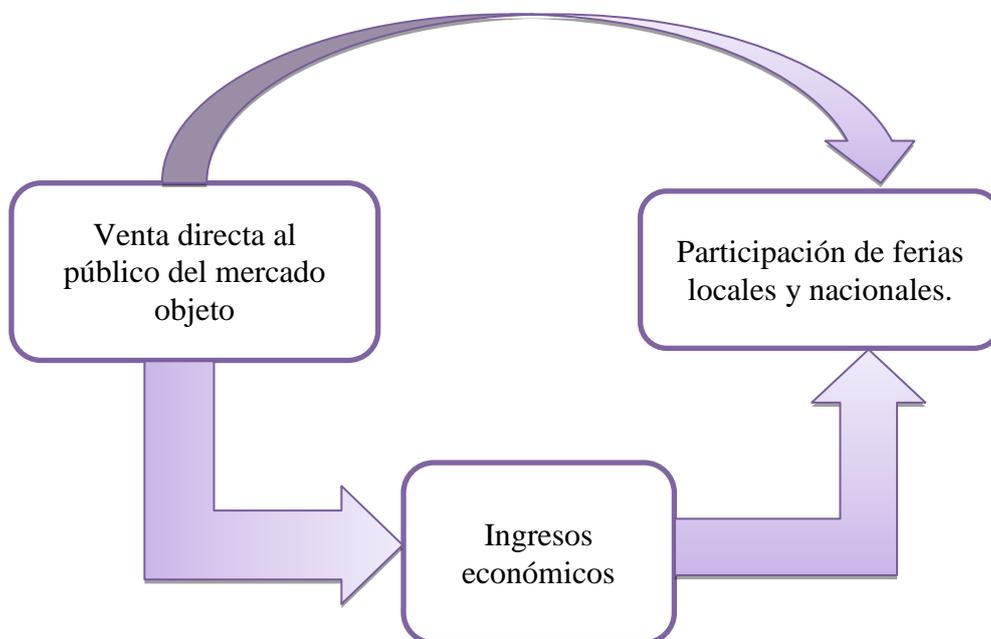
- **Piedras:** pueden ser sintéticas, de madera y semilla, sirven para decoración del producto.
- **Broches:** son hechos en metales y para el cerramiento de los bolsos.
- **Forro:** es tela generalmente impermeable.
- **Correderas:** son plásticas o metálicas. Al igual que los broches, son usados para la seguridad de los bolsos.

Estos tres productos adicionales no conllevan muchos gastos porque la materia prima la tiene, trabajan a diario con ella por lo que resulta más fácil crearlo, así habrá una mayor demanda y aumentaran sus ingresos.

4.7.1.3. Canales de distribución para la comercialización

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 el cantón Salinas, por parte de los miembros de misma, y por otro lado la comercialización también directa al consumidor en ferias y eventos durante todo el año. El siguiente gráfico muestra de manera práctica el flujo de comercialización del trabajo de investigación.

Grafico No. 13: Flujo de comercialización de la artesanía



Canales de distribución propuestos

El propósito de utilizar éste tipo de canal es que reduce los costos de publicidad y de venta al contactar un mayorista quién se encarga de distribuir el producto hasta el consumidor final.

Dentro de la visión del plan de asociatividad contempla el mercado artesanal, por lo tanto los canales de distribución deben ser de gran alcance. Las empresas mencionadas a continuación fueron seleccionadas de acuerdo a la cobertura territorial que poseen y a las expectativas de crecimiento. La asociación deberá contactar con las mismas a fin de establecer relaciones comerciales.

➤ Mercado de víveres “Jorge Cepeda Jácome”

Figura No. 9: Mercado de víveres “Jorge Cepeda Jácome”



Es uno de los mercados municipales más concurridos por parte de la ciudadanía peninsular, por lo cual es una gran oportunidad para la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas. Dentro del mismo se pueden ofrecer una gran variedad de artesanías las cuales tienen una gran demanda por su variedad de productos.

Cuadro No. 6: Actividades para el local del Mercado de víveres “Jorge Cepeda Jácome”

Ítems.	Actividades
1	Se formaran 4 grupos de 4 asociados los cuales se turnaran por día para utilizar el puesto adquirido.
2	Se recaudará mensualmente por cada grupo \$5,00 dando una totalidad de \$20,00 que cuesta el alquiler del local dentro del Mercado de víveres.
3	Se percibirá el 5% de las ventas semanales por cada grupo para los fondos financieros de la asociación.
4	El dinero recaudado se utilizará en las actividades notorias dentro de año, como la integración de los miembros en navidad y fin de año.
5	Los grupos cuidaran la limpieza del local diariamente.

Está ubicado en el Barrio “Rocafuerte” Av. 7ma y calle 21 Teléfono: 2786786 ext. 3001 y horario de atención: lunes a viernes de 06H00 hasta las 19H00 y sábados y domingos a partir de las 08H00 hasta las 17H00.

➤ **Centro Comercial “Buenaventura Moreno”.**

Figura No. 10: Centro Comercial “Buenaventura Moreno”



Este centro comercial es uno de los más concurridos a nivel local y nacional, este moderno y funcional centro comercial, que cuenta con 514 locales, módulos de trabajo, sala de conferencias, cyber, juegos infantiles (total 650). Dentro del mismo se puede ampliar el mercado artesanal, aunque existe competencia por que fuera del lugar venden artesanías pero no de la misma materia prima por lo que la amenaza no es fuerte.

**Figura No. 11: Actividades para el local del Centro Comercial
“Buenaventura Moreno”.**

Ítems.	Actividades
1	Se formaran 4 grupos de 4 asociados los cuales se turnaran por día para utilizar el puesto adquirido.
2	Se recaudará mensualmente por cada grupo \$75,00 dando una totalidad de \$300,00 que cubra el alquiler del local dentro del centro comercial.
3	Se percibirá el 5% de las ventas semanales por cada grupo para los fondos financieros de la asociación.
4	El dinero recaudado se utilizará en las actividades notorias dentro de año, como la integración de los miembros en navidad y fin de año.
5	Los grupos cuidaran la limpieza del local diariamente.

Sin lugar a duda es un centro comercial mayormente concurrido por nacionales y extranjeros, con la popularidad que cuenta y la gran oferta de productos que son de la necesidad diaria de personas que visitan nuestra provincia, también es un lugar que la artesanía es reconocida por lo cual la Asociación De Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” por lo cual es considerado como canal de distribución.

➤ **Malecón del cantón La Libertad.**

Figura No. 12: Malecón del cantón La Libertad



El Malecón no sólo cuenta con una gran concurrencia durante todo el día, pues en la noche la afluencia de turistas y peninsulares, es intensa. Aquello ha generado que se lo califique como el primer balneario nocturno del País. En la playa de la ciudad es común observar la presencia de turistas disfrutando de esta gran obra.

Asimismo cuenta con pequeñas islas donde se ofrecen productos de consumo, una gran demanda por parte de quien visitan el malecón, siendo así que la artesanía también cuenta con su espacio y forma parte de nuestra cultura por lo cual la Asociación de Pequeños Comerciantes “Artes en las Manos” requiere de un espacio para abrir campo en el mercado peninsular.

Cuadro No. 7: Actividades para la isla del Malecón del cantón La Libertad.

Ítems.	Actividades
1	Se formaran 8 grupos de 2 asociados los cuales se turnaran por día para utilizar el puesto adquirido.
2	Se recaudará mensualmente por cada grupo \$15,00 dando una totalidad de \$120,00 que cuesta el alquiler del local dentro del centro comercial.
3	Se percibirá el 5% de las ventas semanales por cada grupo para los fondos financieros de la asociación.
4	El dinero recaudado se utilizara en las actividades notorias dentro de año, como la integración de los miembros en navidad y fin de año.
5	Los grupos cuidaran la limpieza del local diariamente.

La llegada de visita al malecón del cantón La Libertad se da con mayor frecuencia en horario nocturno y más los fines de semana, donde se reúnen las familias a compartir un momento agradable, por lo cual las islas y los locales comerciales que se encuentran a su alrededor atienden cuando termina la tarde.

➤ **Ferias artesanales**

Por medio de las ferias se promoverá la cooperación y compromiso por parte de todos los miembros de la asociación a la participación de las dos ferias artesanales que se dan en nuestro país, se dará por medio de un concurso que se desarrollará de la siguiente manera:

➤ **Ferias peninsulares relevantes**

Cuadro No. 8: Ferias peninsulares relevantes

Ferias peninsulares relevantes		
Organizadores	Motivo	Desarrollo
Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Santa Elena	aniversario del Descubrimiento de la Península de Santa Elena	Feria Artesanal, Turística y Ecológica este evento lo organiza la mediante el Plan Estratégico Cantonal y tiene como objetivo promover e impulsar el desarrollo de la actividad artesanal, turística y cultural.
Prefectura de la Provincia	provincialización de Santa Elena	Ferias artesanales y gastronómicas, entre ellas la de La ciruela, en la comuna Juntas del Pacífico; Agropecuaria y ganadera, en Sinchal; Del mueble, en Atahualpa; Dulces delicias y alegrías y Sabor afroecuatoriano, en la capital provincial, que se harán durante los días del feriado.
Dirección de Cultura de Santa Elena	Celebración de la Navidad	Feria de artesanías "Recordando el pasado", con el objetivo de fomentar en los consumidores la adquisición de hermosas y útiles piezas artesanales que se elaboran en la provincia; como un reconocimiento a los artesanos y sus productos locales para su valoración, promoción y comercialización invitan a la ciudadanía, lleva a cabo a mediados del mes de diciembre de cada año en el Centro de Atención Ciudadana de Santa Elena.

➤ **Ferias nacionales relevantes**

Cuadro No. 9: Ferias nacionales relevantes

Evento	Sector	Lugar y Fecha	Organizador	Email	Website
FERIA HECHA A MANO	Artesanía	Plaza San Francisco de Quito - Mayo	Instituto de Economía Solidaria y Popular	tcarrion@ieps.gob.ec	www.ieps.gob.ec
EXPOFIDA	Artesanía	Palacio de Cristal Malecón 2000 - Junio	HORITZO GROUP PRO ECUADOR	info@expofida.org	www.expofida.org

Para participar en estas dos ferias artesanales nacionales se llevará a cabo un concurso que tiene como objeto del el diseño de “Artesanía innovadora” en los actuales terrenos donde labora la asociación, en el cantón Salinas de acuerdo con los términos y condiciones que constan en estas bases.

Objetivos del Concurso:

El objetivo general del concurso es obtener ideas innovadoras para el diseño artesanal que ha estado proporcionando la asociación.

Modalidad, participación y alcance

- **Modalidad:** Este certamen se constituye como un concurso artesanal, donde nacen ideas artesanales que promuevan la cultura peninsular de una instancia con Jurado.

- **Participación:** En el concurso podrán participar los miembros de la asociación.
- **Alcance:** El resultado esperado del concurso es obtener ideas innovadoras, contando con un que el ganador ira a las dos ferias nacionales ya indicadas en la ciudad de Guayaquil y Quito.

Detalles del concurso:

Mes: Mayo

Cuadro No. 10: Detalles del concurso

Pasos	Actividades
1	Inscripción de los integrantes de la asociación, la inscripción tendrá un costo de \$50,00
2	Detallar el nombre de su trabajo innovador
3	Duración de 5 días laborables la elaboración de la artesanía
4	Se puede utilizar toda clase de materia prima artesanal
5	El ganador se elegirá un fin de semana en reunión de todos los participantes.
6	El trabajo artesanal innovador ganará el lugar en el stand dentro de la FERIA HECHA A MANO que se realiza en la Plaza de San Francisco de Quito del 4 al 6 de mayo de cada año.

Mes: Julio

Cuadro No. 11: Detalles del segundo concurso

Pasos	Actividades
1	Inscripción de los integrantes de la asociación, la inscripción tendrá un costo de \$50,00
2	Detallar el nombre de su trabajo innovador
3	Duración de 5 días laborables la elaboración de la artesanía
4	Se puede utilizar toda clase de materia prima artesanal
5	El ganador se elegirá un fin de semana en reunión de todos los participantes.
6	El trabajo artesanal innovador ganará el lugar en el stand dentro de la FERIA EXPOFIDA que se realiza en la PALACION DE Cristal Malecón 2000 del 20 al 29 de Julio de cada año.

Presupuesto del concurso:

Cuadro No. 12: Presupuesto del concurso

Presupuesto del concurso			
Detalle	No. De asociados	\$	Recaudado
Aportación de todos los miembros de la asociación, servirá para los gastos de transporte, stand, alimentación y varios	16	50.00	\$ 800,00

4.7.1.4. Estrategia de capacitación del recurso humano

La capacitación y el desarrollo dentro de la asociación son los procesos con los cuales se pretende que el artesano adquiera información y habilidades, además de conocimiento sobre la organización y sus metas, éstas son ideadas para ayudar a que cada artesano a su aportaciones positivas en la forma de un buen desempeño. Pero la asociación de pequeños comerciantes de artesanías “Artes en las manos” desconoce de las capacitaciones que se encuentran en el medio laboral, estas se ponen a disposición si la asociación desea participar autofinanciando los gastos que conllevan la misma.

Capacitación del Ministerio de Inclusión Económica y Social

En la actualidad las capacitaciones que brinda el MIES, entendida como el entrenamiento, se considera un medio de desarrollo de competencias en las personas para que sean más productivas, creativas e innovadoras, puedan contribuir mejor a los objetivos organizacionales y sean cada vez más valiosas. El entrenamiento es una manera eficaz de agregar valor a las personas, a la organización y a los clientes. Por lo cual la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” debe aprovechar estas capacitaciones.

Cuadro No. 13: Capacitaciones del Ministerio de Inclusión Económica y Social

No	Servicios			
	Tipo de servicio	Descripción del servicio	Beneficiarios	Requisitos
1	Asesoría legal	Creación de las diversas corporaciones de primer grado, tales como Asociaciones, Comités Promejoras, Clubes, Colegiados.	Personas que desean legalizar su organización a través de Asociatividad.	Solicitud dirigida al Director Provincial MIES Santa Elena Acta constitutiva en la que conste la RESOLUCIÓN de conformar la organización y la elección del directorio Provisional Listado con los nombres completos y firmas de los socios Fundadores, que participaron en constitución de la organización, debidamente certificada por el secretario Copia de la cédula de ciudadanía Copia del Certificado de Votación del último proceso electoral (07/05/2011) Dos Ejemplares del Proyecto de estatuto codificado, al final debe constar la certificación de las fechas en las que se analizó y aprobó el Estatuto Certificación de la Cuenta de Integración de capital a nombre de la organización, si es corporación por el valor de 400 dólares; Y si es Fundación por el valor de 4000 dólares Carpeta colgante color amarilla.
2	Asesoría legal	Regularización de quienes conforman las corporaciones.	Personas que desean pertenecer a una organización.	Solicitud dirigida al Responsable de la Dirección Provincial del MIES Santa Elena Convocatoria (Verificar la fecha de acuerdo a sus estatutos) Acta Sesión o Asamblea, en la que se acepta el ingreso de socios, en la que debe constar los nombres de los aspirantes a socios. Listado con los nombres completos y firma de cada uno de los socios o directivos que participaron en la Asamblea o Sesión, debidamente certificada por el secretario. Fotos copias de la cédula y certificado de votación de los nuevos socios. CD con el nombre de los socios.
3	Asesoría legal	Registro de directivas. Regularización de las personas a cargo de la dirección de las corporaciones.	Corporaciones de primer, segundo y tercer grado.	Solicitud dirigida al Responsable de la Dirección Provincial del MIES Santa Elena Convocatoria Acta de elección del directorio (Debe elegirse como indica el estatuto de la organización) Listado con los nombres completos y firmas de cada uno de los socios que participaron en el proceso electoral, debidamente certificada por el secretario Fotos copias del Estatuto, Acuerdo Ministerial y de la directiva anterior Si es la Primera directiva a registrar, adjuntar copia del acta constitutiva. Carpeta colgante color azul.

4	Asesoría legal	Normar y actualizar los estatutos de las corporaciones en base de las reformas que se expiden.	Los integrantes de las corporaciones.	Solicitud dirigida al Responsable de la Dirección Provincial del MIES Santa Elena Convocatoria realizada por el presidente Acta (s) de la Asamblea en la que se analizó y aprobó la Reforma del Estatuto Listado con los nombres completos y firmas de los socios que participaron en la Asamblea donde se Reforma el estatuto, debidamente certificada por el secretario Copia del Acuerdo Ministerial Copia del Estatuto Vigente Copia del Registro de la directiva en funciones Dos Ejemplares del nuevo Estatuto Codificado. Carpeta colgante color rojo.
5	Asesoría legal	Reforma de estatutos, reglamentos internos de asociaciones.	Socios de asociación	1. Copia certificada del acta donde conste la aprobación de los estatutos o reglamentos internos. 2. Copia certificada de la nómina de la directiva vigente, documentos personales de la directiva. 3. Ejemplar de reglamentos internos a reformarse, y copia certificada de los vigentes. 4. Solicitud dirigida a la Directora Provincial.
6	Proyectos Sociales	Seguimiento y apoyo a proyectos	Personas con discapacidad y adultos mayores.	Pertenecer a organizaciones contraparte del proyecto que haya suscrito MIES.
7	Proyectos Sociales	Información sobre el Programa de Protección Social	Ciudadanía	Número de cédula de la persona que desea conocer información.
8	Financiero	Pago a proveedores y emisión de comprobantes de retención	Proveedores de bienes y servicios	1. Documentos habilitantes: copia del RUC, factura, copia de cédula de ciudadanía, certificado de votación, carnet de residente, certificado de cuenta bancaria activa.

Capacitación en el Ministerio de Industrias y Productividad

El MIPRO, junto a la empresa Correos del Ecuador y el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador) de la provincia de Santa Elena, ofrecen capacitación sobre los procedimientos de la herramienta Exportafácil. Son nuevas técnicas para la elaboración de artesanías en tejidos, con el fin de generar valor agregado a este producto, encontrar una identidad en la provincia de Santa Elena y que sus productos lleguen a los mercados internacionales. Innovadora capacitación que la asociación de Pequeños Comerciantes “Artes en las Manos” debe involucrarse para obtener competitividad dentro del mercado actual donde se desempeñan. La capacitación consiste en:

Cuadro No. 14: Procedimiento de la herramienta Exportafácil

Capacitación		
Procedimientos de la herramienta Exportafácil	Técnicas	Capacitación sobre nuevas técnicas para la elaboración de artesanías en tejidos, con el fin de generar valor agregado a este producto, encontrar una identidad en la provincia de Santa Elena y que sus productos lleguen a los mercados internacionales.
	¿Quiénes participan?	Cabe destacar que el sistema simplificado de exportaciones por envíos postales, denominado Exporta Fácil, es un programa liderado por el Ministerio de Industrias y Productividad, en el que participan pequeños, medianos productores ecuatorianos y artesanos.
	Facilidad de exportación	El programa “Exporta Fácil” es un proyecto de Gobierno que facilita las exportaciones ecuatorianas por un valor de hasta 5.000 dólares, con uno o varios paquetes de hasta 30 kilos.
	Servicio innovador	Los exportadores pueden acceder a este servicio desde cualquier parte del país haciendo uso de una herramienta web (www.exportafacil.gob.ec) para realizar los trámites de exportación y obtener la información necesaria para exportar de forma simple, segura y oportuna.
	Requisitos para la capacitación	Los artesanos, micro, pequeños y medianos empresarios (Pymes) y todas las personas que tengan el Registro Único de Contribuyentes (RUC) podrán usar el Exportafácil. /Ministerio de Industrias y Productividad.

Capacitación del Ministerio de Industrias y productividad

Programa de mejora competitiva (PMC Artesanal)

Objetivo general:

Contribuir al mejoramiento y fortalecimiento de la cadena de valor de productos artesanales, mediante el desarrollo de artesanías con valor agregado e imagen histórica cultural, mejoramiento productivo y calidad con estrategias de comercialización, que incrementen la participación en el mercado nacional e internacional.

El Programa de Mejora Competitiva (PMC) busca el mejoramiento del sector mediante tres ejes de acción:

Figura No. 13: Programa de mejora competitiva artesanal



El Programa de Mejora Competitiva Artesanal comprende:

- Acompañamiento enfocado en la asociatividad y dirección de empresas artesanales.

- Capacitación para el sector artesanal: mejoramiento de la calidad a través las técnicas de elaboración y acabados de las artesanías y asistencia técnica.
- Comercialización y encadenamiento de la cadena productiva artesanal.
- Promoción y difusión de las artesanías ecuatorianas.
- Beneficios de la Ley de Fomento Artesanal a través del Registro Artesanal (acuerdo interministerial).

Beneficiarios:

Los beneficiarios de este programa son artesanos autónomos, grupos de artesanos, asociaciones artesanales a nivel nacional.

Actividades del PMC Artesanal:



4.7.1.5. Contratación de personal en el área financiera

En el área financiera, la asociación de Pequeños Comerciantes “Artes en las Manos” le corresponde contratar una persona con las capacidades que deben ser manejadas adecuadamente en esta área. Los miembros artesanos no pueden cubrir vacante ya que ellos se desenvuelven mejor en el campo artesanal, sus habilidades se destreza fácilmente en sus creaciones de manera artesanal.

Cuadro No. 15: Remuneración del contador

No. de socio	Aportación	Remuneración mensual	Horario Laboral
16	\$ 10,00	\$ 160,00	16:00 p.m. 20:00 p.m.

Análisis y descripción del puesto:

El análisis y valoración de puestos es el proceso que permite determinar los conocimientos, habilidades y actitudes que están comprendidas en el contenido de un puesto de trabajo para un desempeño exitoso en el puesto.

El análisis y valuación de puestos incluye la recopilación, análisis e interpretación de información relacionada con los diferentes puestos de trabajo que integran al área de Informática y que son el punto de partida para:

- Descripciones de puestos.
- Selección de personal.
- Capacitación.
- Desarrollo de personal.
- Evaluación del desempeño.
- Catálogos de puestos y tabulador de sueldos
- Asignación de compensaciones.

Descripciones de puestos.

Una vez determinadas las conductas y tareas, habilidades, conocimientos, condiciones de trabajo, finalidad del puesto, funciones, áreas de eficacia, resultados requeridos, responsabilidades, influencia y relaciones del puesto, lugar

en la cadena del proceso informática-usuario, etc. Se elabora el documento normativo que define el perfil del puesto cuyo contenido básico es el siguiente:

Identificación del puesto: Financiero

Nombre del puesto: Contador

Reporta a: Consejo administrativo

Actividades específicas:

- Diseñar e implementar un sistema administrativo contable
- Recibir y registrar ingresos
- Entregar y exigir justificaciones de egresos
- Elaborar informes mensuales de estado financiero
- Presentar planes de inversión
- Pago de servicios básicos y obligaciones de todas áreas

Aprovechando la contratación de la persona pertinente se debe beneficiar con una capacitación que ofrece la CFN para que él y la asociación obtenga mayor conocimiento sobre las nuevas metodologías y estrategias para fortalecer y desarrollar adecuadamente las empresas o gremios atendiendo así a todos los sectores productivos del país. Dirigida a personas naturales o jurídicas cuya actividad se encuentre enmarcada dentro de los diferentes sectores económicos del país y que requieran de un soporte financiero y de gestión para mejorar la productividad de su empresa o negocio.

4.8. Estudio Financiero

4.8.1. Precio, Costo y Punto de Equilibrio.

Ventas mensuales que se dan en la actualidad de la asociación:

PRODUCTOS	VOLUMEN DE VENTA
Aretes	70 Unidades
Pulseras	30 Unidades
Collares	25 Unidades
Objetos decorativos	25 Unidades
Lámparas	10 Unidades
Carteras	12 Unidades

Ventas proyectadas mensuales con el plan de asociatividad:

VENTAS POR MES				
PRODUCTOS	PVP	CANT. APROX	ASOCIADOS	TOTAL
Aretes	\$ 1,50	1120	16	\$ 1.680,00
Pulseras	\$ 2,50	480	16	\$ 1.200,00
Collares	\$ 3,00	400	16	\$ 1.200,00
Objetos decorativos	\$ 2,00	400	16	\$ 800,00
Lámparas	\$ 15,00	160	16	\$ 2.400,00
Cartera	\$ 15,00	192	16	\$ 2.880,00
				\$ 10.160,00

Para el análisis se consideran los productos artesanales que tendrán mayor salida y precios promedio de acuerdo al mercado. Con un trabajo en conjunto de todos los miembros puede obtener una producción promedio y volumen de venta considerable de \$10.160,00 mensual.

Los costos variables que tendrá la asociación “ARTE EN LAS MANOS” serán:

COSTO VARIABLE	% VTAS	CT FIJO	CT FIJO X UNIDAD	COSTO TOTAL	GANANCIA	% DE GANANCIA
\$ 0,75	16,54%	\$ 246,71	\$ 0,22	\$ 0,97	\$ 0,53	54,60
\$ 1,25	11,81%	\$ 176,22	\$ 0,37	\$ 1,62	\$ 0,88	54,60
\$ 1,50	11,81%	\$ 176,22	\$ 0,44	\$ 1,94	\$ 1,06	54,60
\$ 1,00	7,87%	\$ 117,48	\$ 0,29	\$ 1,29	\$ 0,71	54,60
\$ 7,50	23,62%	\$ 352,44	\$ 2,20	\$ 9,70	\$ 5,30	54,60
\$ 7,50	28,35%	\$ 422,93	\$ 2,20	\$ 9,70	\$ 5,30	54,60
	100,00%	\$1.492,00				

El costo variable de los productos es el 50% de los precios final de los mismos. El costo fijo de nuestra producción es de \$1492,00 resultado de los Gastos Administrativos, de Venta y del pago por servicios básicos; el cual debemos promediar para los diferentes productos.

COSTO FIJO MENSUAL	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos y salarios	\$ 1.232,00
GASTO DE VENTA	
Arriendo	\$200,00
GASTOS DE SERVICIOS	
Electricidad	\$50,00
Agua	\$10,00
	\$60,00
	\$ 1.492,00

El Costo Total de cada mes, de cada uno de los productos será igual a:

$$CT=CV+CF$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

Como punto de equilibrio están los precios por producto que se escogieron de acuerdo al mercado los cuales son beneficiosos porque estos nos proveerán una ganancia por arriba del 50%.

4.8.2. Inversión Inicial

Para la realización de este proyecto se requiere de una inversión inicial de \$25.086,84 de la cual \$5.086,84 será una aportación de los 16 miembros de la asociación. El resto del financiamiento se obtendrá por medio de un crédito solicitado al Banco Nacional del Fomento, se solicitará el CRÉDITO PARA PRODUCCIÓN, COMERCIO Y SERVICIO al cual se puede aplicar al tratarse de actividad artesanal y además porque la inversión inicial supera los \$20.000,00 uno de los requisitos indispensables para poder aplicar a este crédito; la institución bancaria cubrirá hasta el 80% del total del proyecto, la tasa de interés es la vigente.

En la creación de esta Asociación no existen gastos de constitución debido a que la actividad artesanal está exenta de impuestos.

Uno de los beneficios que tendrán los miembros de la asociación además de las constantes capacitaciones será la existencia de un taller dentro de las instalaciones el cual podrá ser utilizado por todos los miembros, esto ayudará a que todos puedan gozar de herramientas y maquinarias modernas, que diversifiquen la producción con un valor agregado al obtener un producto final de mayor calidad. El taller contará con 4 mesas de trabajo, utensilios necesarios, herramientas y maquinarias para cortar, pulir y dar acabados como: Esmeril, Maquina de corte y grabado y compresores.

**ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS COMERCIANTES DE ARTESANIAS
"ARTE EN LAS MANOS"
AL 2013**

CAJA/BANCO		\$ 4.000,00
Efectivo	\$ 2.000,00	
Banco del Pacifico	\$ 2.000,00	
EDIFICIO		\$ 900,00
Anticipo de Arriendo	\$ 400,00	
Adecuaciones	\$ 500,00	
MAQUINARIA		\$ 10.421,84
2 Máquina de grabado y corte	\$ 8.980,00	
4 Esmeril	\$ 891,84	
2 Compresores	\$ 550,00	
MUEBLES Y ENSERES		\$ 7.100,00
4 Mesas de Trabajo	\$ 400,00	
Herramientas y Materiales de trabajo	\$ 5.000,00	
Perchas y Estanterías	\$ 1.600,00	
Equipo Limpieza	\$ 100,00	
EQUIPO DE OFICINA		\$ 2.665,00
Juego de Escritorio para Presidente de la Asociación	\$ 180,00	
Juego de Escritorio para personal Administrativo (Secretaria)	\$ 180,00	
20 Sillas plásticas	\$ 134,00	
4 Computadoras	\$ 1.184,00	
2 Impresora	\$ 160,00	
1 Infocus	\$ 527,00	
Suministros de Oficina	\$ 300,00	
TOTAL DE INVERSIÓN		\$ 25.086,84

4.8.3. Costos y Gastos

Sueldos y Salarios	
Contador	\$ 160,00
Gerente	\$ 400,00
Demás*2	\$ 672,00
	\$ 1.232,00

COSTO FIJO MENSUAL	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos y salarios	\$ 1.232,00
GASTO DE VENTA	
Arriendo	200,00
GASTOS DE SERVICIOS	
Electricidad	50,00
Agua	10,00
	60,00
	\$ 1.492,00

Los Costos y Gastos de producción de la asociación de pequeños comerciantes de artesanías “Artes en las manos” durante el primer año se mantendrán constantes, para el segundo periodo estos se incrementarán en el mismo porcentaje que las ventas, es decir en un 10%.

4.8.4. Depreciaciones

Maquinas	Valor	%	Dpr. Anual
4 Esmeriles	\$ 891,84	10%	\$ 89,18
Grabado y Corte	\$ 8.980,00	10%	\$ 898,00
2 Compresores	\$ 550,00	10%	\$ 55,00
TOTALES	\$ 10.421,84		\$ 1.042,18

Depreciaciones	Valor	%	Dpr. Anual
Maquinas	\$ 10.421,84	10%	\$ 1.042,18
Eq. De Computo	\$ 1.184,00	33%	\$ 394,63
Eq de Oficina y Muebles	\$ 1.481,00	10%	\$ 148,10
TOTAL DE DEPRECIACIÓN ANUAL			\$ 1.584,91

HORIZONTE DE TIEMPO	1	2	3	4	5	6	7	8
Maquinas	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85
Eq. De Computo	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89
Eq de Oficina y Muebles	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34
TOTAL DE DEPRECIACION MENSUAL	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 32,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08

9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85
\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89
\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34
\$ 132,08	\$132,08	\$132,08	\$132,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08

19	20	21	22	23	24
\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85
\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89	\$ 32,89
\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34	\$ 12,34
\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08	\$ 132,08

4.8.5. Amortización de Financiamiento

PRÉSTAMO	
Tasa	9,53%
Plazo en años	2
Monto	\$20.000,00
Capitalización mensual	12

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8
Capital	\$ 759,73	\$ 765,77	\$ 771,85	\$ 777,98	\$ 784,16	\$ 790,38	\$ 796,66	\$ 802,99
Intereses	\$ 158,83	\$ 152,80	\$ 146,72	\$ 140,59	\$ 134,41	\$ 128,18	\$ 121,91	\$ 115,58
Dividendos	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57
Saldo capital	\$ 19.240,27	\$ 18.474,50	\$ 17.702,65	\$ 16.924,68	\$ 16.140,52	\$ 15.350,14	\$ 14.553,48	\$ 13.750,49

9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
\$ 809,36	\$ 815,79	\$ 822,27	\$ 828,80	\$ 835,38	\$ 842,02	\$ 848,70	\$ 855,44	\$ 862,24	\$ 869,09
\$ 109,20	\$ 102,77	\$ 96,30	\$ 89,77	\$ 83,18	\$ 76,55	\$ 69,86	\$ 63,12	\$ 56,33	\$ 49,48
\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57
\$ 12.941,13	\$ 12.125,33	\$ 11.303,06	\$ 10.474,26	\$ 9.638,88	\$ 8.796,86	\$ 7.948,16	\$ 7.092,71	\$ 6.230,48	\$ 5.361,39

19	20	21	22	23	24
\$ 875,99	\$ 882,94	\$ 889,96	\$ 897,02	\$ 904,15	\$ 911,33
\$ 42,58	\$ 35,62	\$ 28,61	\$ 21,54	\$ 14,42	\$ 7,24
\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57	\$ 918,57
\$ 4.485,40	\$ 3.602,46	\$ 2.712,50	\$ 1.815,48	\$ 911,33	\$ 0,00

4.8.6. Presentación de Estados Financieros

4.8.6.1. Estado de Situación Inicial

"ARTE EN LAS MANOS"
ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS COMERCIANTES DE ARTESANIAS
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
Al 1 de Enero del 2013

<u>Activos</u>			<u>Pasivos</u>	
Activo Corriente		\$ 4.000,00	Cuentas por Pagar	\$ 20.000,00
Caja	\$ 2.000,00			
Banco	\$ 2.000,00			
		<hr/>		
Propiedad Planta y Equipo		\$ 21.086,84		
Edificio	\$ 900,00			
Maquinaria	\$ 10.421,84		TOTAL DE PASIVOS	\$ 20.000,00
Muebles y Enseres	\$ 7.100,00			
Equipos de Oficina	\$ 2.665,00		PATRIMONIO	\$ 5.086,84
			Capital Social	\$ 5.086,84
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 25.086,84	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 25.086,84

4.8.6.2.Estados de Resultados

Estado de Resultado - Primer año

HORIZONTE DE TIEMPO	1	2	3	4	5	6
INGRESOS OPERACIONALES						
VENTAS	\$ 10.160,00	\$ 11.176,00	\$ 11.176,00	\$ 11.176,00	\$ 11.176,00	\$ 11.176,00
- COSTO DE VENTAS	\$ 5.080,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
= VENTAS NETAS	\$ 5.080,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
+ INGRESOS POR AUTOGESTIÓN	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00
= TOTAL DE INGRESOS	\$ 5.080,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
EGRESOS OPERACIONALES						
- GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00
- GASTOS DE VENTA	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00
- GASTOS DE DEPRECIACION	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08
- GASTOS FINANCIEROS	\$ -158,83	\$ -152,80	\$ -146,72	\$ -140,59	\$ -134,41	\$ -128,18
- OTROS GASTOS	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00
= TOTAL DE EGRESOS	\$ -1.965,91	\$ -1.959,88	\$ -1.953,79	\$ -1.947,66	\$ -1.941,49	\$ -1.935,26
UTILIDAD	\$ 3.114,09	\$ 3.628,12	\$ 3.634,21	\$ 3.640,34	\$ 3.646,51	\$ 3.652,74
15% DE PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	\$ 467,11	\$ 544,22	\$ 545,13	\$ 546,05	\$ 546,98	\$ 547,91
=	\$ 2.646,98	\$ 3.083,91	\$ 3.089,07	\$ 3.094,29	\$ 3.099,54	\$ 3.104,83
IMPUESTO A LA RENTA 24%	\$ -747,38	\$ -870,75	\$ -872,21	\$ -873,68	\$ -875,16	\$ -876,66
RESERVA LEGAL 10%	\$ -311,41	\$ -362,81	\$ -363,42	\$ -364,03	\$ -364,65	\$ -365,27
UTILIDAD O PÉRDIDA DE EJERCICIO	\$ 1.588,19	\$ 1.850,34	\$ 1.853,44	\$ 1.856,57	\$ 1.859,72	\$ 1.862,90
UTILIDAD O PÉRDIDA ACUMULADA	\$ 1.588,19	\$ 3.438,53	\$ 5.291,97	\$ 7.148,55	\$ 9.008,27	\$ 10.871,17

	7	8	9	10	11	12
\$	11.176,00	\$ 11.176,00	\$ 11.176,00	\$ 11.176,00	\$ 11.176,00	\$ 11.176,00
\$	5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
\$	5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
\$	340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00
\$	5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
\$	-1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00
\$	-260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00
\$	-132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08
\$	-121,91	\$ -115,58	\$ -109,20	\$ -102,77	\$ -96,30	\$ -89,77
\$	-200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00
\$	-1.928,98	\$ -1.922,65	\$ -1.916,28	\$ -1.909,85	\$ -1.903,37	\$ -1.896,84
\$	3.659,02	\$ 3.665,35	\$ 3.671,72	\$ 3.678,15	\$ 3.684,63	\$ 3.691,16
\$	548,85	\$ 549,80	\$ 550,76	\$ 551,72	\$ 552,69	\$ 553,67
\$	3.110,17	\$ 3.115,54	\$ 3.120,96	\$ 3.126,43	\$ 3.131,93	\$ 3.137,49
\$	-878,16	\$ -879,68	\$ -881,21	\$ -882,76	\$ -884,31	\$ -885,88
\$	-365,90	\$ -366,53	\$ -367,17	\$ -367,81	\$ -368,46	\$ -369,12
\$	1.866,10	\$ 1.869,33	\$ 1.872,58	\$ 1.875,86	\$ 1.879,16	\$ 1.882,49
\$	12.737,27	\$ 14.606,59	\$ 16.479,17	\$ 18.355,03	\$ 20.234,19	\$ 22.116,68

Estado de Resultado - Segundo año

Horizonte de tiempo	1	2	3	4	5	6
INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas	\$ 12.293,60	\$ 12.293,60	\$ 12.293,60	\$ 12.293,60	\$ 12.293,60	\$ 12.293,60
Costo de ventas	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80
Ventas netas	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80
Ingresos por autogestión	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00
TOTAL DE INGRESOS	\$ 6.146,80					
EGRESOS OPERACIONALES						
Gastos administrativos	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20
Gastos de venta	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00
Gastos de depreciación	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08
Gastos financieros	\$ -83,18	\$ -76,55	\$ -69,86	\$ -63,12	\$ -56,33	\$ -49,48
Otros gastos	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00
TOTAL DE EGRESOS	\$ -2.342,46	\$ -2.335,82	\$ -2.329,14	\$ -2.322,40	\$ -2.315,60	\$ -2.308,76
Utilidad	\$ 3.804,34	\$ 3.810,98	\$ 3.817,66	\$ 3.824,40	\$ 3.831,20	\$ 3.838,04
15% de participación de trabajadores	\$ 570,65	\$ 571,65	\$ 572,65	\$ 573,66	\$ 574,68	\$ 575,71
=	\$ 3.233,69	\$ 3.239,33	\$ 3.245,01	\$ 3.250,74	\$ 3.256,52	\$ 3.262,34
Impuesto a la renta 25%	\$ -951,09	\$ -952,74	\$ -954,42	\$ -956,10	\$ -957,80	\$ -959,51
=	\$ 2.282,60	\$ 2.286,59	\$ 2.290,60	\$ 2.294,64	\$ 2.298,72	\$ 2.302,83
Reserva legal 10%	\$ -228,26	\$ -228,66	\$ -229,06	\$ -229,46	\$ -229,87	\$ -230,28
Utilidad o pérdida de ejercicio	\$ 2.054,34	\$ 2.057,93	\$ 2.061,54	\$ 2.065,18	\$ 2.068,85	\$ 2.072,54
Utilidad o pérdida acumulada	\$ 24.171,02	\$ 26.228,95	\$ 28.290,49	\$ 30.355,66	\$ 32.424,51	\$ 34.497,05

	7	8	9	10	11	12
\$	12.293,60	\$ 12.293,60	\$ 12.293,60	\$ 12.293,60	\$ 12.293,60	\$ 12.293,60
\$	6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80
\$	6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80
\$	340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00
\$	6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80
\$	-1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20
\$	-286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00
\$	-132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08	\$ -132,08
\$	-42,58	\$ -35,62	\$ -28,61	\$ -21,54	\$ -14,42	\$ -7,24
\$	-200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00
\$	-2.301,85	\$ -2.294,90	\$ -2.287,89	\$ -2.280,82	\$ -2.273,69	\$ -2.266,51
\$	3.844,95	\$ 3.851,90	\$ 3.858,91	\$ 3.865,98	\$ 3.873,11	\$ 3.880,29
\$	576,74	\$ 577,79	\$ 578,84	\$ 579,90	\$ 580,97	\$ 582,04
\$	3.268,20	\$ 3.274,12	\$ 3.280,08	\$ 3.286,08	\$ 3.292,14	\$ 3.298,24
\$	-961,24	\$ -962,98	\$ -964,73	\$ -966,50	\$ -968,28	\$ -970,07
\$	2.306,97	\$ 2.311,14	\$ 2.315,35	\$ 2.319,59	\$ 2.323,86	\$ 2.328,17
\$	-230,70	\$ -231,11	\$ -231,53	\$ -231,96	\$ -232,39	\$ -232,82
\$	2.076,27	\$ 2.080,03	\$ 2.083,81	\$ 2.087,63	\$ 2.091,48	\$ 2.095,35
\$	36.573,32	\$ 38.653,35	\$ 40.737,17	\$ 42.824,80	\$ 44.916,27	\$ 47.011,63

Flujo de Efectivo - Primer Año

HORIZONTE DE TIEMPO	0	1	2	3	4	5	6
Inversión inicial	-25086,84						
Saldo inicial	\$ 4.000,00	\$ 1.012,75	\$ 2.301,59	\$ 3.589,12	\$ 4.875,33	\$ 6.160,23	
ACTIVIDAD OPERACIONAL							
Ingresos operacionales	\$ 5.080,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
Ventas netas	\$ 5.080,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
Egresos operacionales	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)
Gastos administrativos	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00
Gastos de ventas	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00
Otros gastos	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00
Total actividad operacional	\$ 3.128,00	\$ 3.636,00	\$ 3.636,00	\$ 3.636,00	\$ 3.636,00	\$ 3.636,00	\$ 3.636,00
Actividad de financiamiento	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)
Amortización de capital	\$ -759,73	\$ -765,77	\$ -771,85	\$ -777,98	\$ -784,16	\$ -790,38	\$ -790,38
Pago de intereses	\$ -158,83	\$ -152,80	\$ -146,72	\$ -140,59	\$ -134,41	\$ -128,18	\$ -128,18
ACTIVIDAD DE INVERSIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD/ PERDIDA	\$ 2.209,43	\$ 2.717,43	\$ 2.717,43	\$ 2.717,43	\$ 2.717,43	\$ 2.717,43	\$ 2.717,43
15% de participación de trabajadores	\$ 467,11	\$ 544,22	\$ 545,13	\$ 546,05	\$ 546,98	\$ 547,91	\$ 547,91
24% de impuesto a la renta	\$ 1.742,32	\$ 2.173,22	\$ 2.172,30	\$ 2.171,38	\$ 2.170,46	\$ 2.169,52	\$ 2.169,52
Utilidad después de impuestos	\$ 418,16	\$ 521,57	\$ 521,35	\$ 521,13	\$ 520,91	\$ 520,69	\$ 520,69
10% Reserva legal	\$ 1.324,16	\$ 1.651,64	\$ 1.650,95	\$ 1.650,25	\$ 1.649,55	\$ 1.648,84	\$ 1.648,84
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -311,41	\$ -362,81	\$ -363,42	\$ -364,03	\$ -364,65	\$ -365,27	\$ -365,27
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ 1.012,75	\$ 1.288,83	\$ 1.287,53	\$ 1.286,22	\$ 1.284,90	\$ 1.283,56	\$ 1.283,56
	\$ 1.012,75	\$ 2.301,59	\$ 3.589,12	\$ 4.875,33	\$ 6.160,23	\$ 7.443,79	

	7	8	9	10	11	12
\$	7.443,79	\$ 8.726,01	\$ 10.006,88	\$ 11.286,38	\$ 12.564,51	\$ 13.841,24
\$	5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
\$	5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00	\$ 5.588,00
\$	(1.952,00)	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)	\$ (1.952,00)
\$	-1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00	\$ -1.492,00
\$	-260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00	\$ -260,00
\$	-200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00
\$	3.636,00	\$ 3.636,00	\$ 3.636,00	\$ 3.636,00	\$ 3.636,00	\$ 3.636,00
\$	(918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)
\$	-796,66	\$ -802,99	\$ -809,36	\$ -815,79	\$ -822,27	\$ -828,80
\$	-121,91	\$ -115,58	\$ -109,20	\$ -102,77	\$ -96,30	\$ -89,77
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
\$	2.717,43	\$ 2.717,43	\$ 2.717,43	\$ 2.717,43	\$ 2.717,43	\$ 2.717,43
\$	548,85	\$ 549,80	\$ 550,76	\$ 551,72	\$ 552,69	\$ 553,67
\$	2.168,58	\$ 2.167,63	\$ 2.166,68	\$ 2.165,71	\$ 2.164,74	\$ 2.163,76
\$	520,46	\$ 520,23	\$ 520,00	\$ 519,77	\$ 519,54	\$ 519,30
\$	1.648,12	\$ 1.647,40	\$ 1.646,67	\$ 1.645,94	\$ 1.645,20	\$ 1.644,46
\$	-365,90	\$ -366,53	\$ -367,17	\$ -367,81	\$ -368,46	\$ -369,12
\$	1.282,22	\$ 1.280,87	\$ 1.279,50	\$ 1.278,13	\$ 1.276,74	\$ 1.275,34
\$	8.726,01	\$ 10.006,88	\$ 11.286,38	\$ 12.564,51	\$ 13.841,24	\$ 15.116,59

Flujo de Efectivo - Segundo Año							
HORIZONTE DE TIEMPO	0	1	2	3	4	5	6
INVERSIÓN INICIAL							
Saldo inicial	\$ 15.116,59	\$ 16.891,59	\$ 18.666,20	\$ 20.440,41	\$ 22.214,22	\$ 23.987,61	
Actividad operacional							
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 6.146,80						
Ventas netas	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80
EGRESOS OPERACIONALES	\$ (2.127,20)						
Gastos administrativos	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20
Gastos de ventas	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00
Otros gastos	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00
TOTAL ACTIVIDAD OPERACIONAL	\$ 4.019,60						
ACTIVIDAD DE FINANCIAMIENTO	\$ (918,57)						
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	\$ -835,38	\$ -842,02	\$ -848,70	\$ -855,44	\$ -862,24	\$ -869,09	\$ -869,09
PAGO DE INTERESES	\$ -83,18	\$ -76,55	\$ -69,86	\$ -63,12	\$ -56,33	\$ -49,48	\$ -49,48
ACTIVIDAD DE INVERSIÓN	0,00						
Utilidad/ pérdida	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03
15% de participación de trabajadores	\$ 465,16	\$ 465,16	\$ 465,16	\$ 465,16	\$ 465,16	\$ 465,16	\$ 465,16
	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88
24% de impuesto a la renta	\$ 632,61	\$ 632,61	\$ 632,61	\$ 632,61	\$ 632,61	\$ 632,61	\$ 632,61
Utilidad después de impuestos	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27
10% Reserva legal	\$ -228,26	\$ -228,66	\$ -229,06	\$ -229,46	\$ -229,87	\$ -230,28	\$ -230,28
Flujo de caja neto	\$ 1.775,01	\$ 1.774,61	\$ 1.774,21	\$ 1.773,80	\$ 1.773,40	\$ 1.772,99	\$ 1.772,99
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ 16.891,59	\$ 18.666,20	\$ 20.440,41	\$ 22.214,22	\$ 23.987,61	\$ 25.760,60	

	7	8	9	10	11	12
\$	25.760,60	\$ 27.533,17	\$ 29.305,32	\$ 31.077,06	\$ 32.848,36	\$ 34.619,25
\$	6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80
\$	6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80	\$ 6.146,80
\$	(2.127,20)	\$ (2.127,20)	\$ (2.127,20)	\$ (2.127,20)	\$ (2.127,20)	\$ (2.127,20)
\$	-1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20	\$ -1.641,20
\$	-286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00	\$ -286,00
\$	-200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00	\$ -200,00
\$	4.019,60	\$ 4.019,60	\$ 4.019,60	\$ 4.019,60	\$ 4.019,60	\$ 4.019,60
\$	(918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)	\$ (918,57)
\$	-875,99	\$ -882,94	\$ -889,96	\$ -897,02	\$ -904,15	\$ -911,33
\$	-42,58	\$ -35,62	\$ -28,61	\$ -21,54	\$ -14,42	\$ -7,24
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
\$	3.101,03	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03	\$ 3.101,03
\$	465,16	\$ 465,16	\$ 465,16	\$ 465,16	\$ 465,16	\$ 465,16
\$	2.635,88	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88	\$ 2.635,88
\$	632,61	\$ 632,61	\$ 632,61	\$ 632,61	\$ 632,61	\$ 632,61
\$	2.003,27	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27	\$ 2.003,27
\$	-230,70	\$ -231,11	\$ -231,53	\$ -231,96	\$ -232,39	\$ -232,82
\$	1.772,57	\$ 1.772,15	\$ 1.771,73	\$ 1.771,31	\$ 1.770,88	\$ 1.770,45
\$	27.533,17	\$ 29.305,32	\$ 31.077,06	\$ 32.848,36	\$ 34.619,25	\$ 36.389,70

"ARTE EN LAS MANOS"
ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS COMERCIANTES DE ARTESANIAS
FLUJO DE CAJA CONSOLIDADO

HORIZONTE DEL TIEMPO	0	1	2
INVERSIÓN INICIAL	-25.086,84		
SALDO INICIAL		4.000,00	15.116,59
ACTIVIDAD OPERACIONAL			
INGRESOS OPERACIONALES		66.548,00	73.761,60
VENTAS NETAS		66.548,00	73.761,60
EGRESOS OPERACIONALES		-23.424,00	-25.526,40
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-17.904,00	-19.694,40
GASTOS DE VENTAS		-3.120,00	-3.432,00
OROS GASTOS		-2.400,00	-2.400,00
TOTAL ACTIVIDAD OPERACIONAL		-44.448,00	-48.652,80
ACTIVIDAD DE FINANCIAMIENTO			
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		-11.022,79	-11.022,79
PAGO DE INTERESES		-9.525,74	-10.474,26
		-1.497,05	-548,53
ACTIVIDAD DE INVERSIÓN		0,00	0,00
UTILIDAD/ PERDIDA 15% DE LOS TRABAJADORES		32.101,21	37.212,41
-		6.504,91	5.581,86
=		25.596,30	31.630,55
25% DE IMPUESTO A LA RENTA		6.143,11	7.591,33
-		19.453,19	24.039,22
=		19.453,19	24.039,22
10% RESERVA LEGAL		-4.336,60	-2.766,11
-		-4.336,60	-2.766,11
=		15.116,59	21.273,11
FLUJO DE CAJA NETO	-25.086,84	15.116,59	21.273,11
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		15.116,59	36.389,70

TASA PASIVA	5,35%	10,51%
INFLACIÓN	4,90%	

TIR	27,02%	
VAN	\$ 22.049,66	\$ 0,00
VAE	\$ 20.931,02	
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	1,31	AÑOS

Tomando en cuenta la tasa pasiva actual que es de 5,35% y una inflación promedio de 4,90% tenemos que la Tasa Interna de retorno nos arroja un 27,02% lo que nos indica que nuestro proyecto tiene una buena viabilidad es decir que si es factible. El periodo de recuperación del capital invertido se dará en menos de 1 año y 3 meses, todos los demás indicadores nos muestran que el proyecto de asociativa con una proyección a 2 años plazo es correcto.

CONCLUSIONES

Con la propuesta precedente se proyecta desarrollar un Plan de asociatividad para la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”, que permite establecer objetivos, filosofía, misión, visión, valores corporativos y una meta definida claramente por la misma.

A partir del análisis FODA que se llevó a cabo, basándose en la ficha de observación que se le realizó a los artesanos de la asociación se obtuvo un diagnóstico que arrojó como resultado un panorama de la situación actual, el cual muestra que el número de debilidades que posee la ya mencionada asociación, tanto a nivel individual como grupal, superan en gran medida las fortalezas de los mismos, por esta razón se quiso contrarrestar este hecho presentando un gran número de oportunidades, basándose en estas debilidades y en las fortalezas encontradas al momento de hacer el análisis; también se tuvieron en cuenta las amenazas buscando reducirlas y prever posibles consecuencias que estas puedan desencadenar.

Las ventajas y ganancias puntualizadas promueven a la creación de un modelo propuesto de organigrama para el plan de asociatividad el mismo que detalla la administración de la misma y el manejo de la producción y comercialización de sus productos. También se plantea los medios para la capacitación del talento humano, se requiere de expandir los conocimientos de los asociados y abrirles camino para que se desenvuelvan por sus propios medios para la tener una excelente participación en los canales de distribución propuestos. Es muy importante tener en cuenta que para llevar a cabo la propuesta mencionada anteriormente es necesario contar con el apoyo del grupo en desarrollarlas, para esto debe existir una confianza y un compromiso por parte de los miembros.

RECOMENDACIONES

Principalmente se deben proyectar adecuadamente los objetivos, filosofía, misión, visión, valores corporativos y una meta definida, la asociación debe afrontar como grupo esta responsabilidad, para no perjudicar el desarrollo del plan de asociatividad.

También se deben dar solución a las problemáticas que se planteado a través de FODA, la asociación participante adquirirá el compromiso de poner en marcha las estrategias plantadas para beneficio colectivo por medio de las cuales se busca mejorar la calidad de trabajo en conjunto con un apoyo incondicional entre los mismos.

Aprovechas las ventajas y ganancias puntualizadas por lo mismo es fundamental contar con el modelo propuesto de organigrama, con el que se cuenta con personas que lideren este proceso y que estén en la capacidad de enfocar a todos los asociados hacia la consecución de los objetivos; personas que sea capaces de motivar a los miembros durante todo el proceso del plan de asociatividad para que exista una continuidad y se puedan solucionar los problemas que se presenten en el camino sin que ninguno de los asociados desista de la idea de hacer parte del grupo.

Es indispensable que esta persona posea conocimiento en resolución de conflictos y trabajo en equipo, negociación, gestión y evaluación de proyectos, y conocimiento sectorial y de experiencias asociativas. Finalmente se puede lograr una mejor relación entre miembros de una asociación con una simple palabra “comunicación”, requiere de paciencia y atención pero con ella se logran mejores resultados para el bien común.

BIBLIOGRAFIA

Fuentes de consultas (libros):

1. López Cerdán, Carlos. Redes empresariales. Experiencia en la región Andina. Perú, 2003. Página # 14 y 45
2. Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía". Pág. # 257
3. Kaes, R. (2008). En su libro Procesos asociativos e interdiscursividad en los grupos. Pág. # 12
4. Kaes, R. (2008). Pág. # 73-94.
5. Craver, C. & L. Darden (2005) en su libro titulado Número especial sobre los mecanismos de la biología. Estudios de Historia y Filosofía de las Ciencias Biológicas y Biomédicas. Pág. # 36.
6. Gil Rodríguez, F. libro Introducción a la psicología de los grupos - Capítulo 2. Pág. # 77-92.
7. García López 1976. Pág. # 206
8. Allan L. Reid, autor del libro "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones" Pág. # 500
9. Prompyme (2005). Pág. # 103
10. Everett E, Ebert J. (2005). Pág. # 33
11. Rodríguez C. (1999). Pág. # 25
12. Sosa D. (2003). Págs. # 63, 64, 65
13. Winter (2005) Pág. # 57
14. Hernández E. (2000). Pág. # 23
15. Philip C. (1987). Págs. # 10
16. Prompyme (2005). Pág. # 18 y 20
17. Philip Kotler, Del libro 8va Edición: Dirección de Mercadotecnia, Págs. 40, 41.
18. Philip C. (1987. Págs. 110-114).
19. Sosa D (2003). Pág. # 77
20. Alessandra, et al, (2005) Pág. # 124
21. Guido Sánchez Yàba (2009 P 45).
22. Pujol (2003) Pág. # 340

- 23.** Kotler (1995),
- 24.** Hernández Millan, R. (1998). "Logística de la distribución comercial, un enfoque sistémico". Revista Logística Aplicada, No 4.
- 25.** Naylor, JH y Vernon, J (1973). "Economía de la Empresa". Amorrortu. Buenos Aires.
- 26.** Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce 2004, Del libro: Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 337 y 339.
- 27.** Pujol (2003.) Pág. # 340.
- 28.** Küster , (2006) Pág. # 36
- 29.** ArtalCastells, (2007) Pág. # 34
- 30.** INIESTA (2002) Pág. # 154
- 31.** Kotler (2003) Pág. # 302.
- 32.** Gee, S. 2, Pág. # 19.
- 33.** Moran F. S (2005), dice: "La observación de campo es la observación directa de la realidad en el lugar de los hechos y es el elemento fundamental de la investigación descriptiva". Pág. # 126
- 34.** Barquero Corrales Alfredo, Administración de Recursos Humanos II Parte, Editores EUNED, Costa Rica, 2005.
- 35.** Chiavenato Idabelto. Gestión de Talento Humano. Editorial Mc Graw- Hill Interamericana Editores, Tercera Edición, México, 2009.
- 36.** Porter Michael, "La Ventaja Competitiva de las Naciones" (1990), el llamado diamante de la competitividad. Pág. # 14
- 37.** Christine Pauleau (2000). Incidencia del derecho en la creación y el funcionamiento de las Joint Ventures (en español) pág. 124.
- 38.** Arrubia P. Jaime Alberto, "Contratos Mercantiles", Tomo II Contratos Atípicos, 2da. Edición, Biblioteca Jurídica DIKE, 1992.
- 39.** Rodríguez, Joaquín, Administración Moderna de Personal, Cengage Learning Editores S.A Séptima Edición México, 2007

Documentos:

1. Narváez Mercy; Fernández Gladys; Gutiérrez Carmen; Revilla José G.; Pérez Carmen con el tema Asociatividad empresarial: un modelo para el fortalecimiento de la Pyme en Paraguaná Multiciencias, Vol. 9, Núm. 2, mayo-agosto, 2009, Universidad del Zulia Venezuela. Página # 157.
2. Mónica G. Liendo y Adriana M. Martínez. Estudiantes del Instituto de Investigaciones Económicas, Escuela de Economía de la Universidad de Rosario - Argentina. Página # 41
3. Raúl Poliak en un artículo publicado en la revista de IDEA de mayo de 2001. Página # 4
4. Diccionario de la Real Academia de Legua
5. Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/economia/actividad-economica.php#ixzz2G7YtFy29>
6. Constitución de la República del Ecuador respalda a la actividad económica de las asociaciones en el Art. 283.
7. La ley de Defensa del artesano
8. Código de la productividad en Capítulo I del rol del Estado en el desarrollo productivo Art. 5
9. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Linker-y-Medicion/979198.html>
http://es.wikipedia.org/wiki/Escalas_Likert

Anexo No. 1: Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA DIRIGIDO A ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS COMERCIANTES DE
ARTESANÍAS “ARTES EN LAS MANOS” DEL CANTÓN SALINAS – PROVINCIA DE
SANTA ELENA.

OBJETIVO: Obtener información mediante la opinión de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas ara el Plan de Asociatividad.

ENCUESTA

1. ¿Existe colaboración entre miembros de la asociación?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

2. ¿Su trabajo dentro de la asociación conlleva a una participación voluntaria?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

3. ¿Se trabaja por la asociación de manera que sea un esfuerzo en conjunto?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

4. ¿Estaría dispuesto a laborar en un punto de distribución para expandirse en el mercado?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

5. ¿Innovan sus productos de manera constante para aprovechar las oportunidades del mercado?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

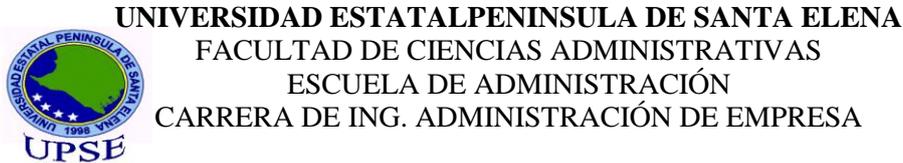
6. ¿La asociación se esmera para cubrir metas?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

7. ¿Estaría dispuesto a incrementar su actividad económica?
Si
No
8. ¿Sus artesanías cuentan con un valor agregado que las diferencien de las demás?
Si
No
9. ¿Su producción es adecuada dentro de la asociación?
Si
No
10. ¿Posee una planificación acorde a la necesidad del mercado?
Si
No
11. ¿La comercialización de sus artesanías cubre las expectativas dentro de la asociación?
Si
No
12. ¿Necesitan capacitación para incrementar sus ventas?
Si
No

Gracias por su amable atención

Anexo No. 2: Entrevista



ENTREVISTA DIRIGIDA A LAS AUTORIDADES INVOLUCRADAS EN EL PLAN DE ASOCIATIVIDAD.

OBJETIVO: Seleccionar información por medio del criterio emitido del Sr. Alcalde del cantón Salinas, con la aplicación de la entrevista con el propósito la obtención de información notable para su adecuado manejo.

Ítems:

1. ¿Considera usted que la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” necesita de un plan de asociatividad para que mejore su actividad comercial?
2. ¿Cree usted que la asociación necesita que sus miembros obtengan más capacitaciones?
3. ¿Creen que necesitan una persona con experiencia en el ámbito financiero que lleve la contabilidad de la asociación?
4. ¿Estaría de acuerdo en apoyar al Plan de Asociatividad para la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas”, con el fin de mejorar la calidad de vida comercial de los involucrados?
5. ¿Califica al Plan de Asociatividad como un beneficio para los miembros de la asociación?

Anexo No. 3: Número de Artesanos de la Asociación de los Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos” del cantón Salinas

Cuadro No. 16: Asociación

ASOCIACION		
Sector: Cantón Salinas		
No.	ASOCIACION	No. DE IDENTIDAD
1	Burgos Moreira Abel Ricardo	1303937344
2	Cantos Barrezuela Kennedy	9083375695
3	Del Pezo Rodríguez Jacinta Sabina	907441711
4	De la Torre Claudia Milena	1720466828
5	Fajardo Mariño Gladys Kathiuska	919650770
6	Figuroa de la Torre Sandra Liliana	1714279575
7	Figuroa Vergara Karina Violeta	916858707
8	García Tule Clara Josefina	904794187
9	Mora Salazar Antonio Norberto	922867569
10	Mora Salazar Pablo Edison	925915092
11	Orosco Matamoros Fanny Teresa	906314414
12	Peñaherrera González Andrés Santiago	1715203442
13	Ramos Valencia Frank Smith	913693107
14	Rincones Yagual Glenda Lorena	911755270
15	Vargas Cereceda Juan Carlos	915191647
16	Vergara Franco María de Lourdes	914304449

Fuente: Sr. Abel Burgos Moreira–Presidente de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las manos”, cantón Salinas

Elaborado por: Shayli Belenny Riera Rodríguez

Anexo No. 4: Socialización del plan de asociatividad a los miembros de la asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos”

Cuadro No. 17: Cronograma para socializar las actividades.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
No.	ACTIVIDADES	SEMANA 1 4 al 8 de febrero del 2013	SEMANA 2 11 al 15 de febrero del 2013	SEMANA 3 18 al 22 de febrero del 2013	SEMANA 4 25 de febrero al 1 de marzo del 2013	SEMANA 5 4 al 8 de marzo del 2013
1	Descripción del plan de asociatividad, y sus puntos	x				
2	Beneficios del plan de asociatividad		x			
3	Modelo Aplicado para la Asociatividad de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas			x		
4	Plan de acción				x	
5	Evaluación de la propuesta planteada					x

Anexo No. 5: Calendario de eventos en Ecuador 2012



CALENDARIO DE EVENTOS EN ECUADOR 2012

Nº	EVENTO	SECTOR	LUGAR – FECHA	ORGANIZADOR	CONTACTO	EMAIL	WEBSITE
1	IV CONGRESO INTERNACIONAL DE VERANO FLOR ECUADOR	Florícola	Club de Oficiales de la Policía 13 y 14 de Marzo	Distribuidoras Unidas Productos Florales	Enrique Ascuntar	info@comercialsym.com	www.comercialsym.com
2	FERIA MADI	Madera & muebles	Centro de Exposiciones Quito, del 15 al 25 de Marzo.	FUNDEPIM PRO ECUADOR	Christian Terán / Carolina Vargas	coordinacion@madi.ec / t-jvargas@mrrree.gob.ec	www.madi.ec
3	ENCUENTRO EMPRESARIAL ANDINO	Multisectorial	Centro de Convenciones Guayaquil, 28 Y 29 de Marzo	CAN PRO ECUADOR	Tania Velazquez / Ing Daniela Muñoz	taniavelazquezg@gmail.com / dmunozs@proecuador.gob.ec	www.encuentroempresarialandino.com
4	EXPOMINAS - CONFERENCE AND EXHIBITION	Minería	Plaza deportiva Quito del 28 al 30 de Marzo	HJ BECDACH Consejo de Minería Responsable PRO ECUADOR	Natalia Jiménez	ajimenez@mrrree.gob.ec / ferias@hjbecdach.com	http://www.hjbecdachferias.com
5	III CONFERENCIA Y RUEDA DE NEGOCIOS LATINOAMERICANA DE RSPO	Bienes y servicios para el sector palmicultor	Hotel JW Marriott Quito el 29 de Marzo	SAMBITO-ANCUPA (exposición y congreso) CORPEI (rueda de negocios)	Leticia Donoso	ldonoso@corpei.org.ec	www.rspo2012.com / www.corpei.org
6	FERIA XPOTEX QUITO	Textiles, maquinarias e insumos	Centro de exposiciones Quito del 26 al 28 de Abril	Sector textil CAPEIPI	Doris Cambel	admin@xpotex.com.ec/ gerencia@cambelpublicidad.com	www.xpotex.com.ec
7	FERIA EXPOALIMENTAR	Alimentos y Bebidas	Centro de exposiciones Quito del 3 al 5 de Mayo	Sector Alimenticio CAPEIPI	Pablo Flores	salimenticio@pequenaindustria.com.ec	www.pequenaindustria.com.ec
8	FERIA HECHA A MANO	Artesanías	Plaza San Francisco Quito del 4 al 6 de Mayo	Instituto de Economía Solidaria y Popular	Tania Carrión	tcarrion@ieps.gob.ec	www.ieps.gob.ec
9	FERIA SALON DE CHOCOLATE	Cacao y elaborados	Universidad Católica del Ecuador (PUCE) QUITO del 17 al 20 Mayo	Cámara de Comercio de la Industria Franco Ecuatoriana	Jean Christophe	quito@ccifec.org / eventos@ccifec.org	http://bit.ly/zCxgEE
10	IX FORO INTERNACIONAL DEL BANANO Y 1ER CONGRESO DE BIOTECNOLOGÍA Y BIODIVERSIDAD	Banano	Hilton Colon Guayaquil del 28 al 31 de Mayo	AEBE - CIBE	Ab. Eduardo Ledesma / Ing Raúl Villacres	eledesma@aebe.com.ec	www.aebe.com.ec



www.proecuador.gob.ec / proecuador@mrrree.gob.ec
 Guayaquil: Av. Fco. de Orellana, Mz. 111, Edificio World Trade Center, Torre A, Piso 13.
 Quito: Av. Amazonas 477 y Rocas, Edificio Río Amazonas, Piso 5.
 Cuenca: Av. Cristóbal Lazo y Cipreses, Edificio Centro Comercial Astudillo.
 Maná: Av. Segunda, entre calle 12 y 13, Edificio Del Bank, Mezanine.



Nº	EVENTO	SECTOR	LUGAR – FECHA	ORGANIZADOR	CONTACTO	EMAIL	WEBSITE
21	FERIA Y RUEDA DE NEGOCIOS AROMAS DEL ECUADOR	Café y Cacao	Palacio de Cristal del 20 al 23 de Septiembre	PRO ECUADOR	Juan Terán	jteran@mmrree.gob.ec	www.proecuador.gob.ec
22	FERIA ECUADOR OIL AND POWER	Petróleo y Gas	Plaza deportiva Quito del 26 al 28 de Septiembre	HJ BECDACH	Natalia Jiménez	ajimenez@mmrree.gob.ec ferias@hjbecdach.com	http://bit.ly/xZCKQE
23	VI RUEDA DE NEGOCIOS AITE	Textiles y confecciones	Quito - Septiembre	AITE PROECUADOR	Javier Díaz	jdiaz@aite.org.ec	www.aite.com.ec
24	EXPOUSA 360	Multisectorial	Centro de Convenciones de Guayaquil del 3 al 5 de Octubre	CORPEI, AMCHAM. Con el aval del Consulado General de los Estados Unidos	Carlos Emanuel/ Daniela Hi-Fong/ Mariana Pastor	cemanuel@corpei.org.ec mhi-fong@corpei.org.ec matchmaker@amchamecuador.org	www.corpei.org
25	FERIA AGRIFLOR	Florícola	Quito Cemexpo del 3 al 6 de Octubre	FLORECUADOR PRO ECUADOR	María Elena Flores	meflores@hppecuador.com	http://www.hppehitions.com/floriculture/2012/ecuador/
26	FERIA AQUAEXPO	Pesca y Acuicultura	Hotel Hilton Colón Guayaquil del 22 al 25 de Octubre	Cámara Nacional de Acuicultura	María Fernanda Vilches	mvilches@cna-ecuador.com cna@cna-ecuador.com	http://www.cna-ecuador.com
27	FERIA SABE	Alimentos y Bebidas	Centro de Convenciones Mall del Río, Cuenca, del 26 al 28 de Octubre	Toledo eventos PRO ECUADOR	Xavier Simón	xaviersimon@toledoeventos.com	http://bit.ly/wZlhRf
28	CONCURSO TAZA DORADA	Café	Quito – Octubre	ANECAFÉ PRO ECUADOR	Juan Terán	info@anecafe.org.ec anecafe@aifat.net	http://www.anecafe.org.ec
29	FERIA EXPO PESCA DE PACÍFICO SUR	Pesca (bienes y servicios)	Centro de Convenciones de Manta del 8 al 10 de Noviembre	XPOCORP	Dr. Juan Carlos Mendizábal / Ruth Mendizábal	jcmendizabal@xpocorp.com rmendizabal@xpocorp.com	www.xpocorp.com
30	CUMBRE MUNDIAL DEL BANANO	Banano	Expoplaza del 12 al 14 de Noviembre	AGEARTH Y ZAMORANOS	Mara Vera	mvera@expoplaza.ec	www.expoplaza.ec

Anexo No. 6: Formas de Acceder a los servicios institucionales - MIES

Formas de Acceder a los servicios institucionales - MIES					
No	Dirección de la dependencia que ofrece el servicio	Número de teléfono	Extensión	Solicitud personal/acceso por Internet.	Costo o tarifa
1	Cdla. Santa Paula. Av. Carlos Espinoza Larrea s/n Calle 5ta y 6ta. Centro de Atención Ciudadana.	04 2 777- 778	111	Solicitud personal con firma de responsabilidad	Ninguno
2	Cdla. Santa Paula. Av. Carlos Espinoza Larrea s/n Calle 5ta y 6ta. Centro de Atención Ciudadana.	04 2 777- 778	111	Solicitud personal con firma de responsabilidad	Ninguno
3	Cdla. Santa Paula. Av. Carlos Espinoza Larrea s/n Calle 5ta y 6ta. Centro de Atención Ciudadana.	04 2 777- 778	111	Solicitud personal con firma de responsabilidad	Ninguno
4	Cdla. Santa Paula. Av. Carlos Espinoza Larrea s/n Calle 5ta y 6ta. Centro de Atención Ciudadana.	04 2 777- 778	111	Solicitud personal con firma de responsabilidad	Ninguno
5	Cdla. Santa Paula. Av. Carlos Espinoza Larrea s/n Calle 5ta y 6ta. Centro de Atención Ciudadana.	04 2 777- 778	111	Solicitud personal con firma de responsabilidad	Ninguno
6	Cdla. Santa Paula. Av. Carlos Espinoza Larrea s/n Calle 5ta y 6ta. Centro de Atención Ciudadana.	04 2 777- 778	106	Solicitud personal con firma de responsabilidad	Ninguno
7	Cdla. Santa Paula. Av. Carlos Espinoza Larrea s/n Calle 5ta y 6ta. Centro de Atención Ciudadana.	04 2 777- 778		Solicitud personal con firma de responsabilidad	Ninguno
8	Cdla. Santa Paula. Av. Carlos Espinoza Larrea s/n Calle 5ta y 6ta. Centro de Atención Ciudadana.	04 2 777- 778	104	Solicitud personal con firma de responsabilidad	Ninguno
9	Cdla. Santa Paula. Av. Carlos Espinoza Larrea s/n Calle 5ta y 6ta. Centro de Atención Ciudadana.	04 2 777- 778	104	Solicitud personal con firma de responsabilidad	Ninguno

Anexo No. 7: Horarios de atención - MIES

	Horarios de atención - MIES		D.4 Otras indicaciones
N o	Detallar el horario de atención institucional y horario de atención pública para cada servicio	Dependencia que recepta formularios o solicitudes	Detallar ubicación de oficinas alternas y los trámites que pueden realizarse
1	08:00 am - 17:00 pm.	Departamento de Asesoría Jurídica	Ninguno
2	08:00 am - 17:00 pm.	Departamento de Asesoría Jurídica	Ninguno
3	08:00 am - 17:00 pm.	Departamento de Asesoría Jurídica	Ninguno
4	08:00 am - 17:00 pm.	Departamento de Asesoría Jurídica	Ninguno
5	08:00 am - 17:00 pm.	Departamento de Asesoría Jurídica	Ninguno
6	08:00 am - 17:00 pm.	Analista de la Gerontología/ Analista de protección especial	Ninguno
7	08:00 am - 17:00 pm.	Secretaria General	Ninguno
8	08:00 am - 17:00 pm.	Departamento financiero	Ninguno
9	08:00 am - 17:00 pm.	Departamento Financiero	Ninguno

Anexo No. 8: Fotos

Vista del malecón más visitado a nivel nacional – Cantón Salinas



Llegada de turistas nacionales y extranjeros.



Los turistas observan las artesanías con una gran variedad de diseños.



Variedad de artesanías en el Malecón de Salinas.



Autora del trabajo de investigación la Srta. Shayli Riera junto al Sr. Abel Burgos, presidente de la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas.



Reunión con la Asociación de Pequeños Comerciantes de Artesanías “Artes en las Manos” del cantón Salinas dándoles a conocer sobre el trabajo de investigación.



Anexo No. 9: Certificado de revisión de la redacción y ortografía