



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR**

SEDE ESMERALDAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE TESIS

**PLAN DE FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DE ARTESANOS QUE
PARTICIPAN EN EL PROGRAMA HILANDO EL DESARROLLO**

**PREVIO AL GRADO ACADÉMICO DE INGENIERO COMERCIAL
MENCIÓN PRODUCTIVIDAD**

AUTORA

JAZMÍN ELIZABETH RUIZ RODRÍGUEZ

ASESOR DE TESIS

MGT. JAVIER BURBANO SALAZAR

ESMERALDAS, SEPTIEMBRE 2015

Disertación Aprobada luego de dar cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas PUCESE, previo la obtención del título de Ingeniería Comercial Mención Productividad

DIRECTOR DE DISERTACIÓN

LECTOR 1

LECTOR 2

DIRECTOR DE ESCUELA

Esmeraldas, septiembre 2015

AUTORÍA

Yo, **JAZMÍN ELIZABTH RUIZ RODRÍGUEZ**, portador de la Cédula de Ciudadanía N° **0803043702**, declaro bajo juramento que la presente investigación es de mi total responsabilidad y que he respetado las diversas fuentes de información realizando las citas correspondientes

Firma

DEDICATORIA

Esta investigación es una muestra de esfuerzo y perseverancia, se la dedico de forma especial mis a padres, por sus infinitas muestras de dedicación, paciencia y amor hacia mí.

A mi hermana por el constante apoyo que siempre me ha brindado.

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi guía y haber puesto en mi camino circunstancias que me han permitido crecer como ser humano. A mi familia por estar a mi lado en los momentos más difíciles con amor y paciencia.

A mi director de tesis el Mgt. Javier Burbano Salazar, por sus invaluable consejos como amigo y profesor, que me han ayudado a formarme como profesional y a culminar mis estudios.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, por mi formación profesional. A mis profesores, que durante este tiempo han sido muchos y que cada uno dejó en mí, una semilla de conocimiento que ahora empieza a dar sus frutos.

ÍNDICE

Portada	
Tribunal de Graduación	ii
Autoría	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimientos	v
Índices	vi
Bibliografía	vii
Anexos	viii
Resumen Ejecutivo	ix
Abstract	x
1. Introducción	1
Capítulo II	
2. Marco Teórico Legal	4
2.1. Análisis Situacional	4
2.1.1. Análisis FODA	4
2.2. Administración por procesos	4
2.3. Empresa Social	5
2.4. Plan nacional del buen vivir	5
2.5. Base Legal	7
Capítulo III	
3. Materiales y métodos	10
3.1. Metodología	10
3.1.1. Investigación descriptiva	10
3.1.2. Investigación de campo	10
3.1.3. Investigación bibliográfica	11
3.2. Técnicas de recolección de datos	11

3.3. Población y Muestra	12
Capítulo IV	
4. Análisis situacional de los talleres	13
4.1. Proceso de aplicación	13
4.2. Análisis de Resultados	14
4.2.1. Entrevistas	14
4.2.2. Análisis fichas de observación	16
4.2.3. Diagnóstico FODA de los talleres	18
4.2.3.1. Ponderación matriz EFE y matriz EFI	20
Capítulo V	
5. Diseño y aplicación de plan de fortalecimiento de capacidades	24
5.1. Diagnóstico de áreas a fortalecer	24
5.1.1. Análisis de evaluación diagnóstico	24
5.2. Diseño de plan de fortalecimiento	25
5.3. Cronograma de capacitaciones	51
Capítulo VI	
6. Evaluación de la aplicación del plan de fortalecimiento	53
6.1. Evaluación de resultados	53
6.1.1. Comparación de resultados	53
6.2. Análisis de satisfacción	56
Capítulo VII	
7. Discusión	57
Capítulo VIII	
8. Conclusión y Recomendación	59
8.1. Conclusiones	59
8.2. Recomendaciones	60

9. Referencias bibliográfica	61
Anexos	63

RESUMEN EJECUTIVO

Para la presente investigación se estableció como objetivo general “Fortalecer las capacidades administrativas y emprendedoras de cuatro grupos de artesanos participantes del programa Hilando el Desarrollo, tomando como base el método de Enseñanza de Emprendimiento en Colegios desarrollado por la PUCESE, que permita mejorar la gestión de los talleres”. Basada en la investigación descriptiva, bibliográfica y de campo, observación directa.

Para cumplir con el objetivo general se determinaron tres objetivos específicos para el desarrollo de la investigación.

Siendo así que el primer aspecto la situación actual de los talleres, para lo cual se planteó como objetivo “Identificar los conocimientos básicos que poseen los artesanos de talleres participantes en el programa Hilando el Desarrollo para llevar adelante sus talleres”.

El segundo aspecto fue el diseño y aplicación de un plan de capacitaciones “Fortalecer los conocimientos en temas administrativos, empresariales, basado en el modelo de enseñanza de emprendimiento en colegios de la PUCESE”. El tercer aspecto fue la evaluación de las capacitaciones impartidas, para el cual se planteó el objetivo “Evaluar los resultados de la capacitaciones impartidas a los artesanos participantes del programa Hilando el Desarrollo”.

Obteniendo como resultados que al iniciar la participación de los artesanos en el programa Hilando el Desarrollo, solo se evalúa su capacidad de producción y sus conocimientos en confección, pero no en aspectos administrativos que le permita a los artesanos tener a flote sus negociaciones y que incursionen en otros proyectos.

ABSTRACT

For the present investigation was established as a general objective "Strengthening the administrative and entrepreneurial skills in four groups of participants artisans Spinning Development program, based on the method of Teaching Entrepreneurship at Schools developed by the PUCESE, allowing better management of workshops ". Based on the descriptive literature and field research directly observed.

To meet the overall target three specific objectives for the development of research were determined.

It is making it the first aspect the present situation of the workshops, which was raised for objective "Identify basic knowledge possessed by artisans workshops participants in the program Spinning Development to conduct their workshops".

The second aspect was the design and implementation of a training plan "Strengthening knowledge in administrative, business, based on the model of entrepreneurship education in colleges PUCESE issues." The third aspect was the evaluation of training events, for which the target was raised "Evaluating the results of the training given to participants artisans Spinning Development Program".

Data analysis showed that starting the participation of artisans in the program Spinning Development, only its production capacity and its expertise in manufacturing is evaluated, but not in administrative aspects that will allow the artisans have their businesses afloat and inroads in other projects.

1. INTRODUCCIÓN

El programa “Hilando el Desarrollo”, realiza desde el año 2007, la entrega gratuita de uniformes escolares, éstos uniformes son elaborados por artesanos ecuatorianos, el programa es impulsado por el Gobierno a través del Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS), entidad que a su vez capacita a los artesanos en áreas técnicas, así mismo realiza seguimiento al trabajo que éstos realizan.

El objetivo de este programa es generar un modelo de inclusión económica que genere espacios para la participación de artesanos, microempresarios y asociaciones, fomentando de ésta manera un modelo económico inclusivo y solidario, a través de nexos con el sector artesanal.

El programa está dirigido a artesanos o personas que forman parte de una microempresa del sector textil de la localidad, a los que se les brinda capacitación, asistencia técnica, y microcréditos, para mejorar nivel de calidad de la producción y por ende sus ingresos.

Sin embargo, los beneficiarios del programa no poseen conocimientos en áreas administrativas, de costeo, contabilidad básica, marketing, manejo materia prima etc., por lo que no son capaces de calcular las ganancias ni la inversión necesaria para cada proceso productivo.

Por lo que cabe preguntarse ¿Cómo el fortalecimiento de las capacidades administrativas y emprendedora a cuatro talleres artesanales que son parte del programa Hilando el desarrollo, les ayudará a mejorar la gestión de sus talleres?

¿Qué conocimientos básicos poseen los artesanos de talleres participantes en el programa Hilando el Desarrollo, para llevar adelante sus talleres? ¿Será que la capacitación en temas administrativos, empresariales y desarrollo del espíritu emprendedor, mejoraran las capacidades de los artesanos? ¿Cuáles son los resultados obtenidos de la capacitación a artesanos?

Con esta investigación se busca que los artesanos realicen una producción administrativa y productivamente correcta y para ello es importante que los artesanos adquieran los conocimientos para luego ponerlos en práctica, es relevante también.

Este proyecto a su vez es un aporte al desarrollo de la economía popular y solidaria integrado por sectores asociativos y comunitarios, eliminando los intermediarios y fortaleciendo a los micro productores, contribuyendo de esta forma a la reactivación del sector productivo artesanal que ayuden a consolidar una actitud proactiva, capacitándolos en la identificación de oportunidades y en cómo aprovecharlas y transformarlas agregando valor, facilitando el acceso a los distintos factores necesarios para el logro de los resultados esperados.

Es así que el horizonte principal de ésta investigación “Fortalecer las capacidades administrativas y emprendedoras de cuatro grupos de artesanos participantes del programa Hilando el Desarrollo, tomando como base el método de Enseñanza de Emprendimiento en Colegios desarrollado por la PUCESE, que permita mejorar la gestión de los talleres.”

Se establecieron también objetivos específicos que permitan lograr el objetivo general, es así es que se busca “Identificar los conocimientos básicos que poseen los artesanos de talleres participantes en el programa Hilando el Desarrollo para llevar adelante sus talleres” “Fortalecer los conocimiento en temas administrativos, empresariales, basado en el modelo de enseñanza de emprendimiento en colegios de la PUCESE” y por último “Evaluar los resultados de la capacitaciones impartidas a los artesanos participantes del programa Hilando el Desarrollo”.

Para la realización de la discusión de los resultados de esta investigación, se contó con dos tesis, la primera es la realizada por Álvaro Andrade y Pablo Mejía de la Universidad del Azuay, en el que realizan un análisis económico financiero en el período 2010 a 2012 a la empresa Ecuadeportes, una empresa que realiza ropa deportiva y es parte del programa Hilando el desarrollo, en el estudio analizan los beneficios y las implicaciones del programa y la contribución de éste al desarrollo de la empresa. La segunda tesis,

desarrollada por Gloria Holguín de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, en la plantea y crea un manual para la enseñanza de emprendimiento a universitarios y profesionales. Se eligieron estas investigaciones debido a la inexistencia de estudios que hagan referencia al programa Hilando el Desarrollo y a la necesidad de comparar la metodología desarrollada en la PUCESE con la que plantea la presente investigación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO – LEGAL

2.1. ANÁLISIS SITUACIONAL

Toda organización debe conocer su entorno, dónde está ubicada y con quién interactúa, quienes son sus competidores y cuáles son los productos y servicios que ofrece, cuál es la percepción del cliente sobre lo que existe en el mercado.

Según (Mejía, 2006) “es importante analizar la organización de forma integral para lograr la satisfacción del cliente interno y externo. Para ello es necesario conocer diferentes componentes de la empresa como la misión, visión, sus objetivos y su estructura orgánica.”

2.1.1. Análisis FODA

Para realizar correctamente la planificación de una empresa o negocio, en el ámbito de la administración se utilizan diversas herramientas, una de las más utilizadas debido a su funcionalidad y gran variedad de aplicación es el análisis FODA.

Lo que se obtiene de este análisis FODA (SWOT en inglés; DOFA, FOCA, DAFO, etc. en español, según la traducción y el orden de los elementos que le componen) es un diagnóstico bastante preciso de la situación actual del entorno interno y externo de la organización, con los cuales se pueden establecer líneas de acción, además facilita la toma de decisiones.

2.2. ADMINISTRACIÓN POR PROCESOS

La administración por procesos es un sistema de gestión organizacional, basado en criterios de Calidad Total, en el cual la atención se centra en los resultados de los procesos, los cuales, por otra parte, son objeto de simplificación y mejora continua.

La administración o gestión por procesos puede coexistir en un principio con la administración funcional clásica, por lo que es un camino adecuado para iniciar un proceso de calidad total en una organización de características tradicionales, gradualmente y con más amplias perspectivas futuras.

(Ronald, 2005) indica que la gestión por procesos evidencia las fortalezas y debilidades del sistema, determina qué procesos es necesario rediseñar o mejorar, establece prioridades de mejora, asigna responsabilidades explícitas sobre los procesos, aumenta la capacidad de la organización para crear valor y, sobre todo, crea un contexto favorable a la implantación y mantenimiento de planes de mejora continua. Al reordenar y simplificar los flujos de trabajo, facilita las tareas del personal, y al centrar el enfoque en los usuarios, aumenta la satisfacción de los mismos.

2.3. EMPRESA SOCIAL

La empresa social es una empresa rentable que genera una contribución extraordinaria a la sociedad o al medioambiente. La misma es un complemento a la empresa tradicional y no busca reemplazarla sino que coexistir (Defelippe, 2014)

Según autores en las empresas sociales se pueden identificar tres generaciones. La primera generación son aquellas que tienen un impacto social, ambiental y económico y van más allá de la responsabilidad social empresaria. La segunda generación, son consideradas empresas B-Lab y la tercera generación han sido definidas por Muhammad Yunus como un negocio auto-sostenible sin pérdidas ni dividendos que aborda un objetivo social dentro de las normas del mercado actual”.

2.4. PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

El Buen Vivir, parte de una larga búsqueda de modos de vida que han impulsado particularmente los actores sociales de América Latina durante las últimas décadas, demandando reivindicaciones frente al modelo económico neoliberal. En el caso ecuatoriano, dichas reivindicaciones fueron reconocidas e incorporadas en la

Constitución, convirtiéndose entonces en los principios y orientaciones del nuevo pacto social. (Acosta, 2009)

El Buen Vivir, es por tanto, una apuesta de cambio que se construye continuamente desde esas reivindicaciones por reforzar una visión más amplia, que supere los estrechos márgenes cuantitativos del economicismo, que permita la aplicación de un nuevo paradigma económico cuyo fin no se concentre en los procesos de acumulación material, mecanicista e interminable de bienes, sino que promueva una estrategia económica incluyente, sustentable y democrática. (Acosta, 2009)

Los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir son:

- ✓ Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad.
- ✓ Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
- ✓ Mejorar la calidad de vida de la población.
- ✓ Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.
- ✓ Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.
- ✓ Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.
- ✓ Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.
- ✓ Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- ✓ Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.
- ✓ Garantizar el acceso a la participación pública y política.
- ✓ Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.
- ✓ Construir un Estado democrático para el Buen Vivir.

2.5. BASE LEGAL

Ley de la economía popular y solidaria.

Art.-1.- Se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas y practicas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

Formas De Organización De La Economía Popular Y Solidaria

Art.-2.- Son formas de organización de la economía popular y solidaria y, por tanto, se sujetan a la presente ley, las siguientes:

- a) Las Unidades Socioeconómicas Populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, vecinales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, entre otros, dedicados a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado, con el fin de, mediante el autoempleo, generar ingresos para su auto subsistencia.

- b) Las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o de servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el Sector Comunitario.

- c) 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.
- d) Las organizaciones cooperativas de todas las clases y actividades económicas, que constituyen el Sector Cooperativista.
- e) Los organismos de integración constituidos por las formas de organización económica detalladas en el presente artículo.
- f) Las fundaciones y corporaciones civiles que tengan como objeto social principal, la promoción, asesoramiento, capacitación, asistencia técnica o financiera de las Formas de Organización de los Sectores Comunitario, Asociativo y Cooperativista.

Características:

Art.- 3.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, se caracterizan por:

- a) La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia.
- b) Su compromiso con la comunidad, el desarrollo territorial y la naturaleza.
- c) La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros.
- d) La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros.
- e) La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad.
- f) La prevalencia del trabajo sobre el capital; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

Valores

Art.- 4.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.

Interés público

Art.- 5.- Declárese de interés público y prioridad del Estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, como mecanismo eficaz para construir el Sistema de Economía Social y Solidaria, aumentar y mejorar las fuentes de trabajo, contribuir al desarrollo económico, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social.

Autonomía

Art.- 6.- El Estado respeta la pluralidad de formas de organización de la economía popular y solidaria y garantiza su autonomía, independencia, libre desarrollo y ejercicio de cualquier actividad económica lícita, en el marco de la normativa que las regula.

Objeto y ámbito de aplicación

Art.- 7.- La presente Ley tiene por objeto reconocer, fomentar, promover, proteger, regular, acompañar y supervisar la constitución, estructura y funcionamiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria; además, normar las funciones de las entidades públicas responsables de la aplicación de la presente ley. (Eco. Milton Maya, 2012)

CAPÍTULO III

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. METODOLOGÍA

La presente investigación se llevó a cabo con cuatro talleres de artesanos participantes del programa Hilando el Desarrollo, debido a que fueron los únicos que libremente aceptaron ser parte de ésta investigación, estos talleres se encuentran ubicados en la zona urbana de la Provincia de Esmeraldas, según Yépez (2006) en su libro Metodología para el Trabajo de Grado indica lo importante de la organización metodológica siendo este el camino o procedimiento que se debe seguir, no solo para obtener información y datos relevantes en una investigación o proyecto, sino para conseguir los objetivos propuestos en la investigación.

3.1.1. La investigación descriptiva

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (Meyer., 2006). Permite llegar a conocer las actitudes de los artesanos del programa Hilando el Desarrollo a través de la descripción de las actividades y procesos que realizan cada uno de los talleres, resultados que serán analizados y que contribuirán a la realización de la investigación.

3.1.2. La investigación de campo

Según el autor (Martins, 2010), la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las

variables. En este caso se llevó a cabo con visitas en los talleres de costura de los artesanos, para poder recolectar información basada en las diferentes dificultades que presentan los artesanos y de esa forma conocer las áreas en las deben ser fortalecidos los conocimientos y aplicar posteriormente las capacitaciones.

3.1.3. La investigación bibliográfica

Según el autor (Santa Paella y Feliberto Martins, 2010), la investigación bibliográfica se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Se utiliza la información contenida en páginas web del estado en donde menciona los procesos y métodos para realizar o llevar a cabo el programa de hilando el desarrollo y documentos en general que servirán para fortalecer conceptos.

3.2. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el desarrollo de esta investigación no fue necesario hacer uso de la técnica de la encuesta, debido a que no se cuenta con la población suficiente para hacer uso de la misma. Se procedió al levantamiento de información de tipo cualitativa según (Sampieri, 2010) “la investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto”, más no cuantitativa que “utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadísticas para establecer con exactitud, patrones de comportamiento en una población” (Herandez, 2003).

Mediante la observación, se pudo constatar la forma en la que los artesanos ejecutan sus actividades, también se realizaron entrevistas que permitieron obtener información primaria sobre la realidad de los artesanos y cómo ellos conciben el programa. Estas se realizaron del 01 al 07 de enero el 2015 según el cronograma de la investigación, a los

cuatro talleres que brindaron información sobre el proceso que han llevado en el programa, a través de la entrevista se plantearon preguntas sobre la situación actual de talleres, procesos, conocimientos previos, formación académica, dificultades, y si conocían o empleaban herramientas básicas que permitan una mejor administración. **(Ver Anexo 1)**

Por último para realizar el correcto análisis de la situación de los artesanos se empleó el análisis FODA, que permitió conocer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de los talleres forma general.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Dentro de este proyecto las personas beneficiarias en el programa Hilando el Desarrollo dentro de la zona urbana del Cantón Esmeraldas, aproximadamente se requieren 106 mil kits de uniformes, para lo cual se destinó un presupuesto de 2 millones 731 mil dólares. La feria inclusiva y el programa Hilando el Desarrollo buscan generar oportunidades a través de la participación incluyente, de artesanos, micro y pequeños productores, para dinamizar la economía local, generando empleo y mejorando la calidad de vida de los artesanos de la rama textil artesanos, micro y pequeños productores, para dinamizar la economía local.

En este trabajo se tuvo una muestra de 24 artesanos, que forman parte de seis talleres que se encuentran dentro del programa Hilando el Desarrollo ejecutado por el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), a cargo del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS SITUACIONAL DE LOS TALLERES

4.1. PROCESO DE APLICACIÓN

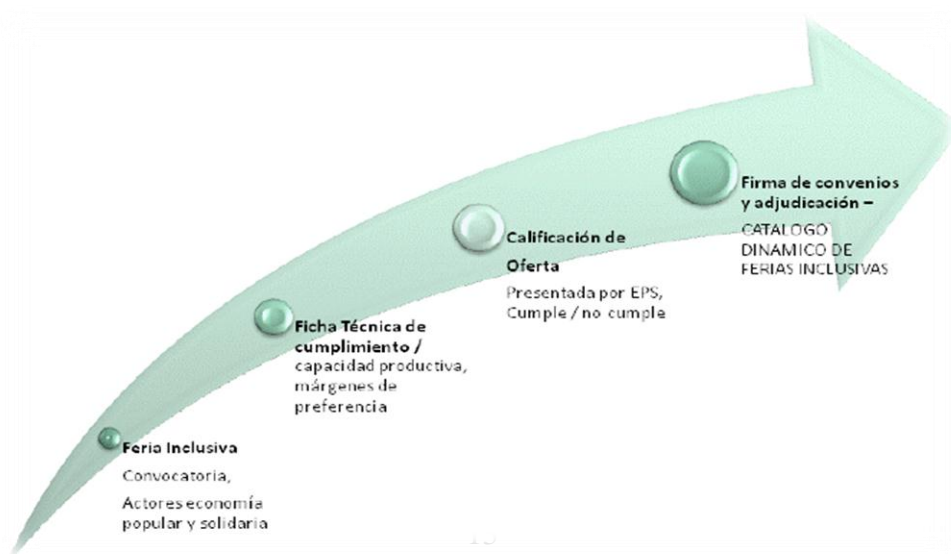
El Ministerio Coordinador de Desarrollo Social y el Instituto de Economía Popular y Solidaria, perteneciente al MIES, será quién organice y coordinen actividades conjuntas que apoyen el cumplimiento del objetivo del Programa.

El primer paso es registrarse en el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social o Instituto de Economía Popular y Solidaria para que los técnicos realicen una visita al taller y constaten la maquinaria con la que cuenta el taller y emitir el respectivo certificado de acreditación.

Posteriormente el artesano o grupo de artesanos deben registrarse como proveedores del estado en el Registro único de Proveedores RUP a través del Portal de compras públicas. El proceso de contratación se muestra en la siguiente figura:

Figura N° 1

Proceso de contratación



El precio por kit está pre-establecido por el Gobierno; a los oferente se les evalúa su capacidad productiva y ciertos requisitos mínimos (esto es, ellos no presentan una oferta como tradicionalmente ocurre en compras públicas). Se asignan los cupos con base en la capacidad de producción, criterios de vulnerabilidad e inclusión. (Economía Popular y Solidaria, 2013)

A continuación, se selecciona el personal para la elaboración o fabricación del producto, el mismo que debe operar las diferentes máquinas, con destreza y conocimiento, para un perfecto acabado del producto final y así poder competir en calidad.

Al finalizar la elaboración de los uniformes se los lleva al lugar indicado por la entidad contratante y realizan una verificación de las tallas de cada pieza y la calidad del mismo. En caso de detectarse alguna prenda con falla se la cambia por otra de buena calidad.

4.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.2.1. Entrevistas

El Taller JR&JR, perteneciente al Sr. Javier Ramírez, ubicado en el sector San Rafael, quien comenta la forma de cómo logró ingresar en el programa Hilando el Desarrollo en un inicio comenta que no hubo mucha difusión y vio prosperar a los pocos artesanos que incursionaron y obtuvieron un contrato con el gobierno.

Se tenía un poco de escepticismo por ser un proyecto estatal, ya que no hay experiencias previas positivas, y contando con el apoyo y dirección oportuna de las personas que dirigen el MIES en Esmeraldas multiplicó el escaso conocimiento en el manejo de formularios y documentos, ya que periódicamente ofrecen seminarios y cursos en los que se capacita para aplicar en las diferentes formas de ofertar sean estas Ferias Inclusivas, Inversa Electrónica, etc.

Sin embargo resalta que las capacitaciones no son tan específicas en temas que les permita llevar mejor el taller, el Sr. Ramírez considera que si los cursos y seminarios se enfocaran en cómo administrar mejor sus negocios, podrían vender más.

El Taller GEMA, perteneciente a la Sra. Gema Menéndez, ubicado en el sector parada 10, indica que hace cuatro años realizó su primera oferta en las ferias inclusivas, siendo pequeñas cantidades las adjudicadas en los primeros contratos; pero a medida que se daban resultados positivos los horizontes se ampliaron, lográndose el cumplimiento de los mismos y así conseguir el aumento de los montos para obtener mayores utilidades y con ello lo que no consiguió en años de trabajos anteriores, pudo adquirir equipos y maquinarias para optimizar la producción, modernizando su taller, consiguiendo un mejor estilo de vida también para su familia.

Al invertir las ganancias en máquinas y materia prima, se evita seguir utilizando capitales de créditos caros y usureros, ya que los bancos tienen políticas estrictas y se hace muy difícil acceder a un préstamo. De igual forma las continuas ferias artesanales, que el gobierno auspicia en diferentes sectores del país, también amplían las posibilidades de realizar ventas. En lo referente a la capacitación profesional, se actualizó asistiendo a cursos y seminarios en SECAP, Consejo Provincial y el MIES, lo cual ayudó a que tenga mejor conocimiento en el área textil pero no en el manejo del taller.

En cuanto al Taller FARIAS, perteneciente al Sr. Oswaldo Farías, comenta que es una microempresa dedicada a la confección y comercialización de prendas de vestir, donde produce camisetas, ropa de trabajo, uniformes etc., como toda organización del sector, realiza los esfuerzos necesarios para mantenerse dentro del mercado gracias al aporte de sus colaboradores, además para desempeñarse en el ambiente actual de participar en el programa Hilando el Desarrollo debe tener la necesidad de innovar sus productos finales y la capacidad productiva ya que tienen un tiempo determinado para la entrega de los mismos, apoyándose en máquinas de coser y telas de calidad.

El Taller Siglo XXI, perteneciente a la Sra. Ofelia Caicedo, ubicado en el sector CODESA, incide que en cada oferta, siempre hay cambios, ya que con ello se busca hacer más ágil los engorrosos trámites, hasta la fecha a la firma del Convenio Macro y por medio del mismo no realizar el numeroso papeleo hasta la firma del contrato, el gobierno hace llegar la orden de compra de los artículos que se confeccionan o se fabrican, ya que previamente, se elabora un catálogo virtual de los productos que ofrece el artesano. Ella valora como positivo las capacitaciones dadas por el programa, sin embargo reconoce que al ser una persona sin preparación académica se le hace complicado manejar algunas cuestiones tributarias y de organización del taller, pues hasta ahora todo ha sido por intuición y le ha salido bien.

4.2.2. Análisis de Fichas de observación

Para la realización de la presente investigación y como estrategia para contrastar información, se realizaron varias fichas de observación, de manera que se pueda obtener información de los talleres, misma que se presenta en este apartado un extracto con su respectivo análisis.

Ficha 1

Taller JR & JR	
Observación: 1	Fecha: 2/01/2015
<p>Anotación: En la primera visita se pudo apreciar algunas cosas, ellas se pueden indicar que el taller cuenta con las maquinas necesarias, sin embargo el taller es pequeño, las personas que trabajan en el taller a pesar de no haber estudiado corte y confección se puede apreciar la experiencia en el área, el problema está en el momento en el que el dueño del taller quiere calcular sus costos u organizar el trabajo.</p>	

Ficha 2

Taller Gema	
Observación: 2	Fecha: 3/01/2015
<p>Anotación: La propietaria es proactiva, se puede evidenciar que ha invertido en el mejoramiento de su taller, se aprecia ordenado, cuidado y con máquinas nuevas, el trabajo que realizan las personas del taller demuestra el conocimiento que tienen, la propietaria por intuición ha logrado organizar el trabajo sin embargo no es administrativamente correcto.</p>	

Ficha 3

Taller Farias	
Observación: 3	Fecha: 4/01/2015
<p>Anotación: En este se pudo observar que no solo elaboran los uniformes para el estado, sino también otras prendas, el señor Farías a través del SECAP ha recibido capacitaciones, pero a pesar de ellos falta un poco de organización de los trabajadores, puesto que le hacen poco caso y la comunicación es muy desordenada.</p>	

Ficha 4

Taller Siglo XXI	
Observación: 4	Fecha: 5/01/2015
Anotación: La señora a pesar de no tener un título académico, muestra muchas aptitudes de una buena administradora, organiza adecuadamente el trabajo, se evidencia una adecuada planificación en un cuaderno espiral que es la guía del trabajo la dueña. Los trabajadores responden con respeto a la propietaria.	

Por medio de las fichas de observación se pudo, constatar el trabajo que se realiza en los talleres, así como identificar que si las personas que forman parte de los talleres, tuviesen una mejor preparación en áreas administrativas y en el desarrollo del espíritu emprendedor, podrían realizar con mayor eficiencia el trabajo y reducir el tiempo perdido por los retrasos causados por el desconocimiento de cómo realizar o ejecutar una actividad.

4.2.3. Diagnóstico FODA de los talleres.

Fortalezas

- ✓ Talleres con máquinas adecuadas.
- ✓ Personal con experiencia en corte y confección.
- ✓ Los propietarios muestran experiencia al frente de pequeños negocios
- ✓ Propietarios motivados por seguir creciendo

Oportunidades

- ✓ Apoyo del gobierno a través de programas de inclusión social.
- ✓ Sistema de compras públicas.
- ✓ Cambio de la matriz productiva que se impulsa la economía popular y solidaria
- ✓ Capacitación técnica en corte y confección

Debilidades

- ✓ Deficiente supervisión
- ✓ Poco conocimientos administrativos
- ✓ Falta capacitación en temas contables
- ✓ Falta motivación emprendedora
- ✓ Retrasos y mal uso de recursos por falta de planificación

Amenazas

- ✓ Tendencias desfavorables en el mercado
- ✓ Cambios en la legislación
- ✓ Existencia de empresas consolidadas
- ✓ Crisis económica

4.2.3.1. Ponderación matriz EFI y matriz EFE

Para el análisis de los factores hallados en el diagnóstico FODA, se establecen dos matrices, la matriz EFI, que en la que se ponderan los factores internos y la matriz EFE, en la que se ponderan los factores externos.

Para la ponderación se asignó un valor a cada factor de entre 0,00 (nada importante), a 1 (muy importante), y una calificación de entre 1 a 4 según el grado de importancia del factor.

De acuerdo a información de (Talancón Ponce, 2006), la interpretación de la ponderación se debe realizar tomando en cuenta lo siguiente: Valor < 2,5 posición interna débil e influyente, valor > 2,5 posición interna fortalecida y favorable y de igual forma en el análisis de los factores externos.

Tabla I

Matriz EFI Fortalezas

<i>MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS</i>				
	<i>FORTALEZAS</i>	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Talleres con máquinas adecuadas.	0,2	2	0,4
2	Personal con experiencia en corte y confección.	0,3	2	0,6
3	Los propietarios muestran experiencia al frente de pequeños negocios	0,3	3	0,9
4	Propietarios motivados por seguir creciendo	0,2	3	0,8
	SUMA	1	12	2,7

Tabla II

Matriz EFI Debilidades

MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES INTERNOS

	<i>DEBILIDADES</i>	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Deficiente supervisión	0,2	2	0,4
2	Poco conocimientos administrativos	0,4	4	1,6
3	Falta capacitación en temas contables	0,2	3	0,6
4	Motivación emprendedora	0,1	3	0,3
5	Retrasos y mal uso de recursos por falta de planificación	0,1	2	0,2
	SUMA	1	14	3,1

De acuerdo a los datos de la ponderación indica que tienen fortalezas y que para la subsistencia de los talleres es muy importante contar con personal y propietarios con conocimientos adquiridos no solo de la experiencia sino también de la academia, esos inconvenientes están haciendo que los talleres no cumplan al 100% con lo establecido.

Tabla III

Matriz EFE Oportunidades

MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES EXTERNOS

<i>OPORTUNIDADES</i>		VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Apoyo del gobierno a través de programas de inclusión social.	0,4	3	1,2
2	Sistema de compras públicas.	0,1	1	0,1
3	Cambio de la matriz productiva que se impulsa la economía popular y solidaria	0,2	2	0,4
4	Capacitación técnica en corte y confección	0,3	3	0,9
SUMA		1	9	2,6

Tabla IV

Matriz EFE Amenazas

MATRIZ EVALUACIÓN FACTORES EXTERNOS

<i>AMENAZAS</i>		VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Tendencias desfavorables en el mercado	0,4	4	1,6
2	Cambios en la legislación	0,2	2	0,4
3	Existencia de negocios consolidados	0,3	1	0,3
4	Contexto de crisis económica	0,1	1	0,1
SUMA		1	8	2,4

Las matrices EFE, indican que las amenazas como las oportunidades están un poco en un promedio de 2,5 lo que significa que la influencias de estas sobre la empresa no es fuerte pero si son importante para su funcionamiento, por ejemplo, el apoyo del gobierno con programas de inclusión es fundamental para que puedan existir, sin embargo, el actual contexto de crisis del petróleo y económica ha causado que se ponga en riesgo este crecimiento de los talleres por la reducción de presupuesto.

Tabla V

Matriz IE

		RESULTADOS MATRIZ EFI		
		SOLIDO 3 A 4	PROMEDIO 2 A 2,99	DÉBIL 1 A 1,99
RESULTADOS MATRIZ EFE	ALTO 3 A 4			
	MEDIO2 A 2,99		2,7	
	BAJO 1 A 1,99			

Con el análisis de la matriz IE se pudo determinar que la situación actual de los talleres es aceptable pero deben mejorar si desean seguir existiendo en el mercado, estos aspectos se tuvieron en cuenta cuando se plantearon las capacitaciones de fortalecimiento de las capacidades administrativas y emprendedoras de los artesanos de los talleres.

CAPITULO V

5. DISEÑO Y APLICACIÓN DE PLAN FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES ADMINISTRATIVAS

5.1. DIAGNÓSTICO DE LAS ÁREAS A FORTALECER

Para elaborar el plan de fortalecimiento de capacidades para los artesanos del programa Hilando el Desarrollo del cantón Esmeraldas, fue necesario realizar una evaluación previa de sus conocimientos y de las aptitudes emprendedoras, de manera que se pueda medir e identificar las áreas a fortalecer y la intensidad de la capacitación.

Para la realización del diagnóstico se diseñó un modelo de evaluación (Ver Anexo 2), que permitió a la investigadora identificar las falencias presentadas por los artesanos y diseñar correctamente el plan de fortalecimiento. Esta misma evaluación fue aplicada al finalizar el proceso de fortalecimiento con la finalidad de conocer los progresos obtenidos

5.1.1. Análisis de evaluación diagnóstico

La evaluación diagnóstico estuvo organizada en tres áreas temáticas de acuerdo a los resultados de las entrevistas antes analizadas, administración de empresas, contabilidad básica y costeo, y, liderazgo.

La valoración del área administrativa se constató que los artesanos no conocen los procesos administrativos, no saben que es un modelo estratégico ni un plan de negocios, se evidencia que la producción la hacen en basados en la intuición y no en un plan o en un método de producción.

Los costos los establecen de acuerdo de forma empírica, con criterios muy subjetivos, desconocen la forma de establecimiento de precios, no conocen que son los aliados estratégicos y como aprovecharlo.

En el apartado de liderazgo, la evaluación indicó, que los artesanos realizan el trabajo pero sin una motivación personal, no conocen que es el espíritu emprendedor y desconocen términos como pro actividad. Esta evaluación reafirma los resultados del FODA y sirve como inicio para el diseño de un plan de fortalecimiento que permita a los artesanos empoderarse de sus talleres y sacarlos adelante con conocimientos más sólidos.

5.2. DISEÑO DE PLAN DE FORTALECIMIENTO

Para el diseño del plan de fortalecimiento y su ejecución, se adaptaron dos proyectos de capacitación para emprendimientos, uno de ellos y que fue la guía general es el proyecto académico de Emprendimiento en colegios, desarrollado por el profesor Javier Burbano de la Pontificia Universidad católica del Ecuador sede Esmeraldas (Burbano, 2012) y el segundo el manual de emprendimiento de Gloria Holguín estudiante de la misma Universidad (Holguín, 2013). De la adaptación de ambos manuales surge el modulo que a continuación se presenta y que sirvió para la capacitación de los artesanos que son parte del programa Hilando el Desarrollo.

La metodología propuesta permite que los artesanos a medida que avanzan pongan en práctica los conocimientos en sus propios talleres, es así, que se espera que como uno de los resultados el diseño de la misión y visión de cada taller, elaborado por los mismos artesanos.

Metodología del módulo

La metodología de desarrollo de los temas consistirá en exposiciones explicativas y descriptivas orientadas a fomentar el ejercicio de la discusión participativa. El proceso explicativo y descriptivo se apoyará en el desarrollo de una serie de presentaciones de ilustraciones y esquemas para facilitar el desarrollo mismo, y los temas y el proceso de

la comprensión de los participantes; de igual manera, se rodarán algunos videoclip. En la exposición de cada tema se irá haciendo referencia concreta a la experiencia vivencial de los participantes para despertar el interés y dinamizar la participación enriquecida con el aporte de la experiencia individual. La participación buscará el compromiso personal tanto con el mejoramiento profesional como el desarrollo del espíritu de participación social de los asuntos colectivos de la práctica de la producción, en el marco de los oficios artesanales.

El contenido del módulo busca motivar la participación asociativa para la alineación y/o el fortalecimiento de las redes de unidades funcionales de producción, contextualizadas en el marco de desempeño productivo de los oficios, para asumir con relativa solvencia las demandas que reclama la participación con propuestas comerciales claramente diferenciadas por la identidad, en el ámbito de la globalización de la economía y el mercado.

Esta metodología de formación permite al participante apropiarse de los conocimientos significativos para sí mismo y su proyecto, por cada tema que se explique se realizó actividades prácticas que permitan a los artesanos evidenciar la utilidad de cada concepto.

Recursos y materiales para el aprendizaje

1. Presentaciones escritas ilustradas con gráficas y videoclip.
2. Material escrito organizado en presentaciones diapositivas de cada tema complementado con materiales gráficas y esquemas ilustrativos.
3. Documento con el desarrollo general del tema
4. Documento escrito desarrollado con la metodología de ensayo temático.
5. Discusión sobre contenido de cada exposición
6. Ejercicio de discusión general durante y al término de cada presentación temática.

Módulo de capacitación

Tabla N° VI

SEMANAS	TEMAS
1	Diagnóstico. Administración de Empresas – Proceso administrativo y habilidades
2	Producción, Valor agregado Ventajas competitivas Competitividad y estrategias empresariales
3	Mercadeo y Comercialización El mercado
4	Marketing Estrategias, la publicidad y promoción
5	Costeo
6	Liderazgo Calidad

Administración de empresa

La empresa

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Clasificación:

- ✓ Sectores Económicos
- ✓ El origen de su capital.
- ✓ Su Tamaño.
- ✓ Conformación de su capital.
- ✓ El pago de impuestos.
- ✓ El número de propietarios.
- ✓ La función social.
- ✓ La forma de explotación

Elementos que la componen

Cuando hablamos de empresa, pensamos en el dueño o dueños, pero debemos considerar todos los elementos que la conforman y que son:

Humanos:

Las empresas tienen personas que las dirigen; personas que ejecutan todos los procesos necesarios para la producción de bienes y la prestación de servicios; personas que controlan que estos procesos se cumplan adecuadamente.

Físicos y Financieros:

Son las instalaciones donde se desarrollan las actividades productivas y de administración, y que están constituidas por los terrenos y construcciones.

También son elementos constitutivos de una empresa los equipos de trabajo, la maquinaria, las materias primas y los productos elaborados.

También forma parte de los elementos de una empresa el dinero con el cual puede iniciar o continuar las operaciones que debe desarrollar.

Finalidad de las empresas

Todas las actividades que se realizan en una empresa tienen un fin específico

- ✓ Obtener un rendimiento económico llamado utilidad o ganancia.
- ✓ Los dueños invierten dinero en la empresa para recibir una utilidad por su inversión.
- ✓ Los gerentes, administradores y trabajadores ofrecen sus servicios, conocimientos y mano de obra, para recibir en cambio un sueldo, salario o jornal.
- ✓ Para obtener un beneficio económico y cumplir con todas las obligaciones adquiridas, la empresa debe recibir siempre más dinero del que gasta.

- ✓ Cuando esto no ocurre, la empresa tiene que cambiar su forma de trabajo o se liquidará y desaparecerá.

Filosofía empresarial

La filosofía empresarial es el conjunto de ciertos elementos que nos van a permitir la identificación de la empresa con lo que es y lo que quiere lograr que, a su vez, permita desarrollar un núcleo de trabajo organizacional que identifica a todas las partes integrantes de la organización.

Una de sus características es que posee una cierta estabilidad en el tiempo, aunque la filosofía de una empresa puede adaptarse o modificarse. Además, es determinante en el desarrollo de la actividad empresarial, ya que la filosofía existente condiciona los objetivos y las formas de actuación de una empresa.

Misión

También denominado propósito central "razón de ser de la organización" no es algo que se logra, sino algo que se persigue continuamente. Es como la estrella en el horizonte que guía nuestro rumbo se puede crear tomando en cuenta las siguientes preguntas:

1. ¿Quiénes somos? = identidad, legitimidad.
2. ¿para qué existimos? = propósitos.
3. ¿qué hacer? = principales medios para lograr el propósito.
4. ¿Por qué lo hacemos? = valores, principios, motivaciones.
5. ¿Para quién trabajamos? = beneficiarios.

Es importante identificar y construir la misión sin confundir los fines y los medios de que nos valemos para lograr su materialización.

Visión

Proyección del futuro. Las entidades con visión del futuro desarrollan un fuerte compromiso con ese futuro mediante la visualización intensa del mismo a diferencia de aquellas que sólo tienen una visión a corto plazo. El futuro visualizado está constituido por una meta audaz de mediano o largo plazo y una descripción vivida de lo que sería lograr esa meta.

Las entidades exitosas con frecuencia definen una meta enormemente ambiciosa. Tiene una línea de llegada a tiempo que supera el corto plazo. Por lo general, todas las entidades tienen metas a largo plazo, sin embargo, tener una meta no es lo mismo que tener una meta audaz, que significa estar comprometido con un reto enorme y hasta cierto punto amenazante y de gran significación para la entidad o el país.

La meta audaz debe ser clara y comprometedora que debe servir como catalizador para el espíritu de equipo y como punto focal de unificación de esfuerzos. Debe ser tan fácil de entender que ésta, puede ser expresada de diferentes maneras y decir lo mismo. Siendo entendible para todos en la misma forma.

Políticas

Son aquellas que guían a la dirección general y la posición de la entidad y que determinen viabilidad.

Valores

Tiene valor intrínseco al interior de la misma y deben ser adoptados y asumidos plenamente y con la mayor participación posible. No existe un conjunto universal único de principios; la clave no está en qué principios se tienen, si no en que tales principios fundamentales, sean fuertemente compartidos y aplicados.

Proceso administrativo

El proceso administrativo es la herramienta que se aplica en las organizaciones para el logro de sus objetivos y satisfacer sus necesidades lucrativas y sociales. Si los administradores o gerentes de una organización realizan debidamente su trabajo a través de una eficiente y eficaz gestión, es mucho más probable que la organización alcance sus metas; por lo tanto, se puede decir que el desempeño de los gerentes o administradores se puede medir de acuerdo con el grado en que éstos cumplan con el proceso administrativo.

Fases del proceso administrativo

Planeación

La planeación es decir por adelantado, que hacer, como y cuando hacerlo, y quien ha de hacerlo. La planeación cubre la brecha des donde estamos hasta dónde queremos ir. La planeación es el proceso de decidir las acciones que se deben realizar en el futuro.

- ✓ Decisión sobre los objetivos.
- ✓ Definición de planes para alcanzarlos.
- ✓ Programación de las actividades.

Sin una planeación adecuada la toma de decisiones en una empresa se convierten en imprevisiones, dejándose guiar por intuición o experiencia.

Al realizar una planificación da razones que fundamenta su importancia dentro de cualquier organismo social, siendo de mayor relevancia lo siguiente.

- ✓ Neutralización de la incertidumbre al cambio.
- ✓ Concretar la atención en los objetivos orientando todas las actividades y esfuerzos empresariales a lo largo de ellos.
- ✓ Minimización de costos por que permite la administración de los recursos con mayor eficiencia.

Organización

La organización es un sistema que permite una utilización equilibrada de los recursos cuyo fin es establecer una relación entre el trabajo y el personal que lo debe ejecutar. Es un proceso en donde se determina qué es lo que debe hacerse para lograr una finalidad establecida o planeada, dividiendo y coordinando las actividades y suministrando los recursos.

Consiste en separar y delimitar las actividades con el fin de realizar una fusión con mayor precisión, eficiencia y el mínimo esfuerzo y de esta manera especializar y perfeccionar el trabajo.

- ✓ Recurso y actividades para alcanzar los objetivos.
- ✓ Órganos y cargos.
- ✓ Atribución de autoridades y responsabilidades.

Dirección

Dirección es el elemento de la administración donde se logra la realización efectiva de lo planeado, por medio de autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones. Se trata por este medio de obtener los resultados que se hallan previstos y planeados.

- ✓ Asignación de cargos
- ✓ Comunicación, liderazgo y motivación al personal
- ✓ Dirección para los objetivos

Control

Control es la función administrativa que consiste en medir el desempeño individual y organizar para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos.

Es la acción de influencia interpersonal para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos encomendados, mediante la toma de decisiones, la motivación, la motivación, la comunicación y coordinación de esfuerzos:

- ✓ Definición de estándares para medir el desempeño
- ✓ Corregir errores y garantizar que se realice lo planeado.

Integración

Consiste en seleccionar y obtener los recursos financieros, materiales, técnicos y humanos considerados como necesarios para el adecuado funcionamiento.

Funciones básicas de las empresas

La efectividad de la administración depende la coordinación balanceada entre las etapas del proceso administrativo y la adecuada realización de las actividades de las principales áreas.



Funciones técnicas: Se refiere a las funciones empresariales que están directamente ligadas a la producción de bienes y servicios de la empresa, como por ejemplo, las funciones productivas, las de manufactura, las de adaptación y operación, etc., siendo una función primordial ya que es la razón de ser de la organización.

Funciones comerciales: Están relacionadas con las actividades de compra, venta e intercambio de la empresa, es decir, debe saber tanto producir eficientemente como comprar y vender bien, haciendo llegar los bienes y servicios producidos al consumidor.

Funciones financieras: Esta función implica la búsqueda y el manejo del capital, donde el administrador financiero prevé, planea, organiza, integra, dirige y controla la

economía de la empresa, con el fin de sacar el mayor provecho de las disponibilidades evitando aplicaciones imprudentes de capital.

Funciones de seguridad: Son las que ven por el bienestar de las personas que laboran en dicha organización, con relación a su protección, a los enseres con que cuenta y al inmueble mismo, por ejemplo la seguridad de higiene, la industrial, privada, personal, etc.

Funciones contables: Estas funciones se enfocan en todo lo que tiene que ver con costos, inventarios, registros, balances y estadísticas empresariales; la contabilidad cuenta con dos funciones básicas, la de llevar un control de los recursos que poseen las entidades comerciales, y el informar mediante los estados financieros las operaciones realizadas.

Funciones administrativas: Se encargan de regular, integrar y controlar las cinco funciones anteriores, realizando actividades y/o deberes al tiempo que se coordinan de manera eficaz y eficiente en la cual se implementa la planificación, organización, dirección, la coordinación y el control.

Una organización funciona de forma correcta cuando existe una sincronía de los elementos divididos en áreas que se establecen anteriormente. Si existe un fallo en alguna de ellas, sus consecuencias se reflejarán en el resto de las categorías y la organización no podrá funcionar de forma correcta. Todos los integrantes de la empresa tienen cierta participación en todas las áreas establecidas, a pesar de su empleo específico, cada parte de la organización es tan importante como ésta vista como una totalidad.

Habilidades Administrativas

Habilidad Técnica

Es el conocimiento y la pericia para realizar actividades que incluyen métodos, proceso y procedimiento. Por lo tanto, representa trabajar con determinadas herramientas y técnicas, por ejemplo los mecánicos trabajan con herramientas y sus supervisores deben tener la capacidad de enseñarle cómo usarla.

Habilidad Humana

Es la capacidad para trabajar con personas: es el esfuerzo cooperativo: es el trabajo en equipo: es la creación de un ambiente en que las personas se sienten segura y libres para expresar sus opiniones.

Habilidad Conceptual

Es la capacidad de ver la imagen del conjunto de reconocer los elementos importantes en una situación y comprender las relaciones entre ellos.

Habilidad De Diseño

Es la capacidad para solucionar problemas en forma tal que la empresa se beneficie. Para ser eficiente, en particular en los niveles organizacionales más altos. Los gerentes deben estar en posibilidad de ser algo más que ver el problema. Necesitan tener además la habilidad de un buen ingeniero de diseño para encontrar una solución práctica para él.

Recompensas de la Administración

La mayoría de los candidatos a puestos gerenciales desean la oportunidad de una carrera progresiva que les proporcione la profundidad y amplitud de la experiencia gerencial. El buen desempeño del ejecutivo se ha reconocido mediante grandes sueldos y bonos pero que estos ingresos se están volviendo cada vez más desproporcionados en comparación

con la remuneración de otros. Un sueldo de ejecutivo que se considera exorbitante en un año se convierte en la norma al siguiente.

Sin embargo no se deben pasar por alto los esfuerzos que se han hecho para vincular la remuneración con el desempeño e inducir a los administradores a tomar decisiones que beneficien a la empresa a largo plazo. Por ejemplo, en Ford se insiste más en donaciones de acciones que en recompensar el logro de objetivos a cinco años. Estos criterios no solo incluyen el rendimiento sobre el capital si no también medidas tales como la satisfacción del cliente, la participación de los empleados y la calidad del producto. Más aun, el desempeño se compara con el de los competidores.

Administración de los Recursos

La administración está vinculada al rendimiento y funcionamiento de las organizaciones. El término tiene su origen en el idioma latín: ad-ministrare (“servir”) o ad manus trahere (“manejar” o “gestionar”). Un recurso, por otra parte, es un medio de cualquier clase que contribuye a lograr aquello que se pretende.

La administración de recursos, por lo tanto, consiste en el manejo eficiente de estos medios, que pueden ser tanto tangibles como intangibles. El objetivo de la administración de recursos es que éstos permitan la satisfacción de los intereses.

Mercadeo y Comercialización

Definición de mercadeo

Mercadeo es todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular. Las palabras claves en esta definición son todo y base regular.

Importancia del mercadeo

Toda actividad comercial, industrial o de servicios, sea grande o pequeña requieren "mercadear" sus productos o servicios. No hay excepción. No es posible que se tenga éxito en una actividad comercial sin Mercadeo.

Objetivo del marketing

Es la identificación de los clientes metas y satisfacción de sus necesidades y deseos de una manera competitiva y rentable para la empresa u organización: todo ello mediante un análisis del mercado y la planificación de las diferentes actividades de mercadotecnia, la ejecución de las actividades planificadas y el control de los avances y logros obtenidos.

Aunque no existe una definición única de marketing, ya que los diferentes autores que se han referido al mismo no han podido ponerse de acuerdo, sí que podríamos asegurar que existen dos grandes grupos dentro del mismo:

Marketing estratégico: se centra en la necesidad de comprender en qué medida y de qué forma los cambios futuros que experimentará el mercado pueden afectar la actividad normal de la empresa para de esta forma establecer las estrategias adecuadas para que esta se adapte a los mismos. Se trata, por tanto, de un análisis sistemático y permanente de las necesidades del mercado con el objetivo de desarrollar productos rentables que consigan diferenciar a una empresa de sus competidores más inmediatos, obteniendo así una ventaja comparativa. Su orientación es a largo plazo.

Marketing operativo: se refiere a las actividades de organización de estrategias de venta y de comunicación, a corto y medio plazo, que tienen como objetivo dar a conocer y a valorar a los compradores potenciales las cualidades distintivas de los productos ofrecidos por la empresa.

Por tanto, la diferencia entre uno y otro radica en que el marketing estratégico es un sistema de ideas y estudio de mercado; mientras que el marketing operativo es un

sistema de acción que permite acercar el producto a los consumidores. Pese a ello, el objetivo de ambos es el mismo: satisfacer las necesidades de los clientes.

Elementos del marketing.

El marketing es un sistema porque tiene un conjunto de elementos que se conocen como la mezcla de mercadotecnia o las 4 P's (producto, precio, promoción y posición); los cuales, coadyuvan al logro de los objetivos de la empresa.

La mezcla de marketing, es un pilar fundamental para que una empresa participe y sea competitiva en el mercado, pues apunta a satisfacer las necesidades y deseos de su mercado meta mediante la oferta de un producto o servicio; el cual, necesita ser promovido o promocionado para que sea conocido y recordado, además, tiene un precio expresado en términos monetarios, y finalmente, encuentra los medios para que llegue al cliente (Distribución o Posición).

Producto: Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad. La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

1. La cartera de productos
2. La diferenciación de productos
3. La marca
4. La presentación

Precio: Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

- ✓ Es el elemento de la mezcla que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia, coste...

- ✓ Se distingue del resto de los elementos de la mezcla de la mercadotecnia porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes.
- ✓ Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:
 - ✓ Los costes de producción, distribución, etc.
 - ✓ El margen que desea obtener.
 - ✓ Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
 - ✓ Las estrategias de mercadotecnia adoptadas.
 - ✓ Los objetivos establecidos.

Distribución/Plaza ("Place"): Elemento de la mezcla que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:

1. **Canales de distribución:** Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
2. **Planificación de la distribución:** La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
3. **Distribución física:** Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
4. **Merchandising:** Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

Promoción:

La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- ✓ Comunicar las características del producto.
- ✓ Comunicar los beneficios del producto.
- ✓ Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- ✓ La publicidad.
- ✓ Las relaciones públicas.
- ✓ La venta personal.
- ✓ La promoción de ventas.
- ✓ La mercadotecnia directa.

Personas: Una empresa cuenta con personal que atiende a sus clientes. La satisfacción de estos se ve afectada por el buen o mal servicio que reciban de la empresa.

Procesos: Los procesos tienen que ser estructurados correctamente, ya sea que hablemos de un servicio o de la creación de un producto, esto nos llevará a la logística de la empresa para reducir costos y aumentar ganancias.

Presentación/Evidencia Física: El entorno.

Comportamiento del Consumidor

Se define como las actividades del individuo orientadas a la adquisición y uso de bienes y/o servicios, incluyendo los procesos de decisión que preceden y determinan esas actividades. Acciones que el consumidor lleva a cabo en la búsqueda, compra, uso y evaluación de productos que espera servirán para satisfacer sus necesidades.

La definición de consumidor en marketing depende en parte de su conducta, esto es, de la naturaleza de sus procesos de toma de decisión.

En la actualidad la conducta se considera como un conjunto de actividades elementales, tanto mentales como físicas, como puede ser la preparación de una lista de compras, búsqueda de información, discusión sobre la distribución del presupuesto familiar, etc. que de alguna forma se influyen entre sí e inducen el acto de compra, a la elección de un producto o marca, o de un servicio.

Factores que influyen en el comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor se enfoca en la forma en que los individuos toman decisiones para gastar sus recursos disponibles y los factores que influyen en esas decisiones. Los factores que influyen en las decisiones de compra de los consumidores son:

Los factores culturales: Son aquellos en los que el ser humano se desarrolla, es el conjunto de valores, percepciones, deseos y comportamientos aprendidos por parte de una sociedad, a partir de la familia y otras instituciones importantes.

Factores sociales: La clase social a la que el individuo pertenece es también un factor muy importante sobre sus comportamientos que se ven afectados por la familia o grupos a los que pertenece.

Los factores personales: Hacen referencia a las características personales que posee cada individuo como consumidor, aspectos como la edad, estilo de vida, profesión o situación económica que son indispensables a la hora de tomar una decisión de compra.

Factores psicológicos: Son la motivación, percepción, el aprendizaje, las creencias y actitudes, que en cierta forma son de mucha importancia en el comportamiento del consumidor porque de esto depende la respuesta que el consumidor da ante dicha situación.

Mercado objetivo

Un mercado objetivo es el segmento del mercado al que un producto en particular es dirigido. Generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas.

La estrategia de definir un mercado objetivo consiste en la selección de un grupo de clientes a los que se quiere dar servicio.

Entre las decisiones que hay que tomar se encuentran las siguientes:

- ✓ Cuántos segmentos establecemos como objetivo
- ✓ Cuáles
- ✓ Cuántos productos vamos a ofrecerles
- ✓ Qué productos vamos a ofrecer en cada segmento

Pasos para establecer mercados objetivos:

- ✓ Segmentación de mercado
- ✓ Selección del mercado objetivo
- ✓ Posicionamiento de producto

Las estrategias están influidas por:

- ✓ La madurez del mercado
- ✓ La diversidad de preferencias y necesidades de los consumidores
- ✓ El tamaño de la compañía
- ✓ La fortaleza de la Competencia (economía)
- ✓ El volumen de ventas requerido para alcanzar beneficio

La competitividad y la estrategia empresarial

La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos

representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Una organización, cualquiera que sea la actividad que realiza, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales, encuadrados en el marco del proceso de "planificación estratégica". La función de dicho proceso es sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización encaminados a maximizar la eficiencia global.

Para explicar mejor dicha eficiencia, consideremos los niveles de competitividad, la competitividad interna y la competitividad externa. La competitividad interna se refiere a la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación. Al hablar de la competitividad interna nos viene la idea de que la empresa ha de competir contra sí misma, con expresión de su continuo esfuerzo de superación.

La competitividad externa está orientada a la elaboración de los logros de la organización en el contexto del mercado, o el sector a que pertenece. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, ésta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa, una vez ha alcanzado un nivel de competitividad externa, deberá disponerse a mantener su competitividad futura, basado en generar nuevas ideas y productos y de buscar nuevas oportunidades de mercado.

Alianzas Estratégicas: Se llegarán a acuerdos con otras entidades (públicas o privadas) para la realización de eventos de capacitación con miras a lograr mayor cobertura, obtener mayores beneficios institucionales, mejorar la calidad de los programas

académicos y disminuir el costo. Entidades con las que se pueden formar alianzas o acuerdos.

Ventajas competitivas

Ventajas competitivas son ventajas que posee una empresa ante otras empresas del mismo sector o mercado, que le permite destacar o sobresalir ante ellas, y tener una posición competitiva en el sector o mercado.

Estas ventajas competitivas se pueden dar en diferentes aspectos de la empresa, por ejemplo, puede haber ventaja competitiva en el producto, en la marca, en el servicio al cliente, en los costos, en la tecnología, en el personal, en la logística, en la infraestructura, en la ubicación, etc.

Una forma de obtener ventajas competitivas es a través de la diferenciación, al ofrecer algo diferente y novedoso. Por ejemplo, si al ofrecer un producto innovador, éste llega a tener éxito, podríamos obtener una ventaja competitiva en el diseño del producto. O, por ejemplo, si al capacitar a nuestro personal para que brinde un excelente servicio al cliente, si dicho servicio logra ser mejor que el de la competencia, podríamos tener una ventaja competitiva en el servicio al cliente.

Finalmente, cabe resaltar que el concepto de la ventaja competitiva también nos puede ayudar a encontrar una idea u oportunidad de negocio.

Cómo se sostiene en el tiempo una Ventaja Competitiva:

Cuando una empresa obtiene rendimientos superiores, no sólo alcanza ventaja competitiva, sino que atrae a nuevos rivales, deseosos también de generar riqueza. El principal reto para las empresas más eficientes es, por tanto, sostener a lo largo del tiempo su ventaja competitiva.

El ideal de una empresa sería alcanzar una ventaja competitiva y hacerla que perdure. Sin embargo, se enfrenta a los constantes desafíos de la imitación y la sustitución. Si

bien algunos enfoques estratégicos argumentan que tal objetivo es posible, el acercamiento a la realidad obliga a las empresas a balancear la necesidad de ser flexibles para hacer frente a los cambios del entorno externo junto al carácter irreversible de la mayoría de sus decisiones estratégicas.

Sistema de Costeo

Costear es la acción de determinar cuánto cuesta la fabricación de bien o servicio, para ello se utilizan distintos sistemas, entre los más se reconocen están:

Costeo por órdenes: Un sistema de costeo por órdenes proporciona un registro separado para el costo de cada cantidad de producto que pasa por la fábrica. A cada cantidad de producto en particular se le llama orden. Un sistema de costeo por órdenes encaja mejor en las industrias que elaboran productos la mayoría de las veces con especificaciones diferentes o que tienen una gran variedad de productos en existencia. Muchas empresas de servicios usan el sistema de costeo por órdenes para acumular los costos asociados al proporcionar sus servicios a los clientes.

Algunas características de los sistemas de costeo por órdenes se mencionan a continuación:

- ✓ Se acumulan por lotes
- ✓ Producción bajo pedidos específicos
- ✓ No se produce normalmente el mismo artículo

Ejemplos: Despacho contable, constructora, editora, envases con diseño específico.

Costeo por procesos: En un sistema de costeo por procesos, los costos son acumulados para cada departamento o proceso en la fábrica. Un sistema de procesos encaja más en las compañías de manufactura de productos los cuales no son distinguibles unos con otros durante un proceso de producción continuo. Algunas características de los sistemas de costeo por procesos se mencionan a continuación:

- ✓ Se acumulan por departamento
- ✓ Producción continua y homogénea

Ejemplos: Refinería de petróleo, refrescos, medicinas, lamina, cubetas, juguetes, pantalones.

Se deben calcular los costos por procesos, antes de iniciar el proceso productivo, o también después de manera que se puedan conocer los costos reales

Liderazgo

El concepto de liderazgo empresarial hace referencia a la habilidad o al proceso a través del cual el líder en la empresa influye para satisfacer objetivos y necesidades de la empresa.

Habilidades que debe reunir un líder empresarial:

Carisma: la habilidad natural para atraer y seducir personas es muy necesaria en un líder. Un líder con carisma permite ganarse al equipo de trabajo y que estos saquen lo mejor de sí mismos para el beneficio de la empresa. El carisma te hace único y atractivo para los demás; aprende a sacar partido de ello. El líder siempre sobresale por encima del resto.

Organizativo: Obviando la parte de que debe tener un conocimiento profundo sobre la empresa, el líder tiene que saber manejar y organizar los recursos que tiene a su disposición. Deberá tener todo bajo control y estar atento a futuros conflictos que puedan surgir y tener buena capacidad de reacción así como de resolución de problemas.

Visionario: No se trata únicamente de tener una buena idea sino de que esta sea única y encima poder llevarla a cabo. Todo líder se caracteriza por su visión a largo plazo, por

adelantarse a los problemas, por detectar oportunidades que sólo él ve, por estar en constante búsqueda de la perfección y de ir siempre por delante.

Comunicador: El líder tiene que ser un buen orador para transmitir de manera acertada sus pensamientos con el resto del equipo. Esta habilidad le va a permitir “vender” sus ideas de manera sugerente y persuasiva. Si no se es capaz de hacer comprender el mensaje de forma clara, entonces el mensaje deja de tener sentido.

Entusiasta: Muy relacionada con la anterior ya que debe saber transmitir todo este entusiasmo al resto de personas para que crean en él y que perciban el mensaje del líder como una meta positiva tanto para ellos como para la organización. Tiene que conseguir que todo el equipo le siga y remen en la misma dirección.

Resolutivo: El líder quiere resultados ya que al fin y al cabo es lo más importante. Y los quiere rápido. Debe poner solución a los problemas que vayan surgiendo de manera inmediata y efectiva. Toma decisiones, es valiente y no se esconde ante sus posibles consecuencias.

Disciplina: El líder basa su éxito en su capacidad de liderazgo y en el arte de la convicción, pero en ocasiones tiene que saber imponer su autoridad cuando la situación lo requiere. Es comprensivo sí, pero no es blando ni se empequeñece ante los problemas. Debe saber transmitir la exigencia no sólo a su equipo de trabajo sino también a sí mismo.

Creativo: todo liderazgo debe rebosar creatividad para proponer soluciones innovadoras. El líder tiene que ser atrevido y poder ver situaciones desde nuevas perspectivas. Un líder creativo es capaz de fomentar ideas novedosas y enfrentarse a los riesgos que estas puedan generar.

Negociador: un buen líder es un gran negociador que trata con clientes, empleados, proveedores etc. Sabe venderse muy bien él y sus ideas a través de la persuasión y la

convicción ya que presenta sus argumentos de forma que consigue ganarse la atención de la otra parte.

Honesto: la última pero no menos importante. La honestidad es un valor ético que debe estar presente en cualquier persona con liderazgo. Si el equipo detecta esta honestidad, comprenderá que están delante de un líder que no les va a dejar en la mitad del camino y tendrá su confianza ganada.

Trabajo en equipo

Se puede definir el trabajo en equipo como la acción individual dirigida, que al tratar de conseguir objetivos compartidos, no pone en peligro la cooperación y con ello robustece la cohesión del equipo de trabajo. La cooperación se refiere al hecho de que cada miembro del equipo aporte a éste todos sus recursos personales para ayudar al logro del objetivo común. Esto se observa cuando los componentes del equipo realizan actividades como las siguientes:

- ✓ Ofrecer nuevas ideas y proporcionar soluciones a las dificultades del equipo
- ✓ Interesarse por las ideas de otros y desarrollarlas
- ✓ Ofrecer información relevante y hechos contrastados
- ✓ Intentar coordinar las actividades de los miembros y clarificar las aportaciones de éstos.
- ✓ Evaluar los resultados del equipo

Cuando existe una incompatibilidad entre las metas personales y las del equipo, ocurre que los integrantes del equipo reducen la cooperación (no se esfuerzan, ocultan información, etc.).

Por otra parte, la cohesión es el grado de atracción que cada miembro del equipo siente hacia éste. Los equipos cohesionados se caracterizan porque tienen menos conflictos, y cuando éstos surgen, se encauzan y se resuelven de manera positiva, la comunicación es

más fluida y todos los integrantes sienten que tienen la oportunidad de participar en las decisiones tomadas por el equipo. Esto refuerza la motivación.

Los componentes de un equipo cohesionado valoran su pertenencia y se esfuerzan por mantener relaciones positivas con los miembros de otros equipos.

Adquieren un sentido de lealtad, seguridad y autoestima por el grupo, que satisface sus necesidades individuales.

En los equipos cohesionados se observa que los miembros desarrollan una serie de actividades importantes para el mantenimiento del mismo. Se trata de una serie de comportamientos que mantienen el equipo como un sistema social que funciona, y que evita los antagonismos emocionales y los conflictos. En un equipo efectivo, cada miembro favorece las relaciones interpersonales y aporta sus habilidades para trabajar juntos a lo largo del tiempo. Ejemplos de actividades de mantenimiento del equipo son:

- ✓ Animar, aceptar y mostrar acuerdo con las ideas de los demás, mostrando solidaridad
- ✓ Contribuir a armonizar las disensiones del equipo, reconciliando diferencias
- ✓ Expresar estándares de realización que ha de alcanzar el equipo o ha de usar en la evaluación del proceso del mismo
- ✓ Caminar con el equipo, estando de acuerdo en realizar las ideas de los otros
- ✓ Alentar la participación de todos y no sólo de unos pocos

Calidad

Calidad total

Es la satisfacción del cliente y se aplica tanto al producto como a la organización. Teniendo como idea final la satisfacción del cliente, la Calidad Total pretende obtener beneficios para todos los miembros de la empresa. Por tanto, no sólo se pretende fabricar

un producto para venderlo, sino que abarca otros aspectos tales como mejoras en las condiciones de trabajo y en la formación del personal.

El concepto de la calidad total, es una alusión a la mejora continua, con el objetivo de lograr la calidad óptima en todas las áreas.

Ejemplo de calidad total

Como ejemplo podemos referirnos al momento en que se instala una línea telefónica fija, después que ha surgido la necesidad de comunicarnos y entendernos con otras personas. Después quizá surgirá la necesidad de la movilidad, y el cliente pedirá que esa línea telefónica sea móvil, y adquirirá un teléfono celular. Cuando el cliente esté satisfecho totalmente en todos los aspectos, se estará dando un servicio de calidad total.

Resultados de un sistema de calidad

La experiencia ha demostrado que tras implantar un sistema de calidad se consiguen resultados tales como:

- ✓ Aumento en la satisfacción del cliente.
- ✓ Trabajo interno de la empresa más eficaz.
- ✓ Incremento de la productividad.
- ✓ Mayores beneficios.
- ✓ Menores costos.
- ✓ Mayor calidad en los productos elaborados.

La calidad de un producto es, por tanto, una consecuencia de cómo una empresa está organizada.

Productividad

La productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos:

cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida.

Para que se mejore la productividad en una organización existen tres elementos básicos:

- ✓ Equipos y materiales
- ✓ Procedimientos y métodos
- ✓ El recurso humano

Competitividad

La competitividad se refiere a que una organización logre mantenerse y permanecer en el mercado a largo plazo, para esto, es necesario trabajar siempre con innovación de manera que se fomente la apertura de mercados y generar credibilidad y confianza en la marca a través del control de calidad y la garantía.

Innovación

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

Algunas de las virtudes principales que tienen las empresas que realizan innovaciones empresariales son:

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

- ✓ Crean ventajas competitivas que son absolutamente arrolladoras.

Es preciso señalar que existen dos fines principales que tiene una innovación empresarial, aumentar la eficacia competitiva que tiene una empresa, esto mediante la realización de cambios sustanciales en los procesos internos de la empresa para que la organización sea mucho más competitiva por sobre el resto de los miembros de una industria.

Se centra en aumentar el valor que perciben los clientes con los productos y servicios que ofrece un negocio, esto mediante una reconversión del modelo de negocio de la empresa, donde la investigación y desarrollo es fundamental para encontrar oportunidades a explotar en un cierto mercado.

5.3. CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN

El plan de fortalecimiento a los artesanos se aplicó desde el 2 de abril de 2015, hasta el 16 de mayo de 2015, según el cronograma de a continuación se detalla

Tabla VII

Cronograma de capacitaciones

PLAN DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES			
SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES APRENDIZAJE	HORAS
1	Diagnóstico. Administración de Empresas – Proceso administrativo y habilidades	Evaluación diagnósticas Planificando nuestras tareas empresariales	10
2	Producción, Valor agregado Ventajas competitivas Competitividad y estrategias empresariales	¿Qué hago? ¿Cómo lo hago?	10
3	Mercadeo y Comercialización El mercado	¿A quién le vendo? Conociendo el mercado	10
4	Marketing Estrategias, la publicidad y promoción	El mejor vendedor del mundo Vendiendo piedras	10
5	Costeo	¿Cuánto cuesta lo que hago?	10
6	Liderazgo Calidad	Sígueme, sígueme. Haciendo con calidad	10

CAPÍTULO VI

6. EVALUACIÓN DE LA APLICACIÓN DEL PLAN DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES ADMINISTRATIVAS

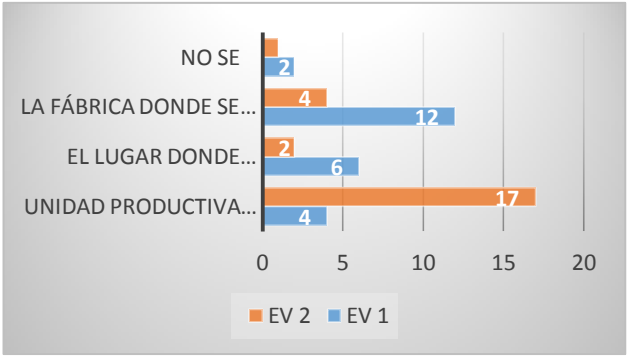
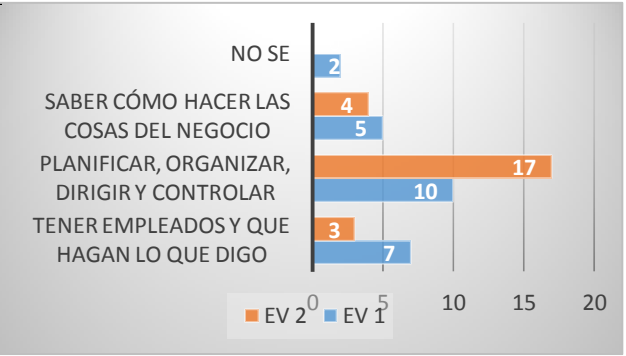
6.1. EVALUACIÓN DE RESULTADOS

Para la evaluación de la aplicación del plan de fortalecimiento de capacidades administrativas a artesanos participantes del programa Hilando el Desarrollo, se aplicó al finalizar las seis semanas de capacitación, la misma prueba que sirvió de diagnóstico, de manera que permita conocer el avance que tuvieron los artesanos. (Ver anexo 2)

También se aplicó una encuesta de satisfacción basada en el modelo establecido por la PUCESE, para valorar los proyectos de vinculación con la colectividad. (Ver anexo 5)

6.1.1. Comparación de resultados

Definición de administración y empresa

	
<p>Figura N° 2 Aquí se muestra la evolución de conocimiento sobre la definición de empresa. En la que se puede apreciar que las personas que contestan correctamente pasa de cuatro personas a 17 en la segunda evaluación.</p>	<p>Figura N° 3 En la segunda pregunta, se pudo identificar que las personas que respondieron correctamente pasaron de diez en la primera evaluación a 17 en la segunda y los que respondieron no se fue de cero en la segunda evaluación.</p>

Producción

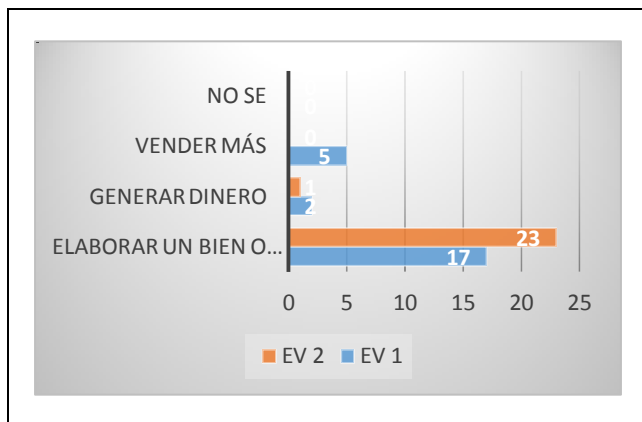


Figura N° 4

La pregunta sobre el conocimiento del significado de producir, en la primera evaluación mostró que 17 personas, son capaces de definir qué es producir, en la segunda evaluación aumentó a 23 y en ninguna de las dos evaluaciones respondieron no sé.

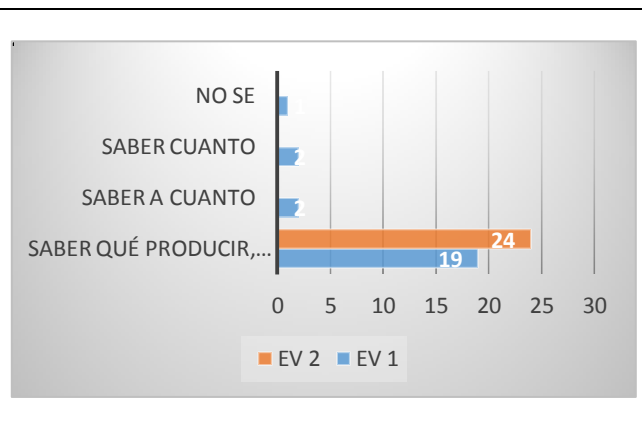


Figura N° 5

En esta pregunta se puede constatar que los artesanos, dominan los temas concernientes a la producción, conocimiento que pudo ser adquirido en las capacitaciones impartidas por la SEPS

Mercado y Marketing

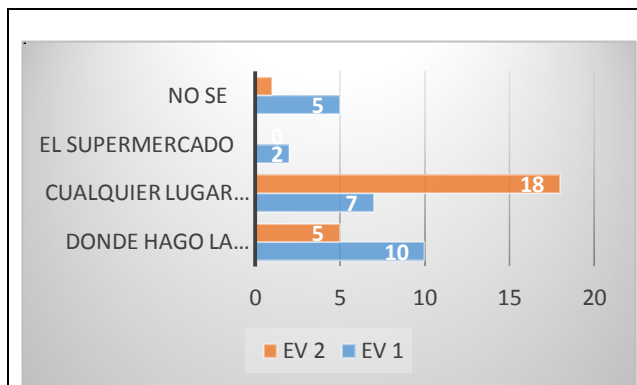


Figura N° 6

En cuanto al conocimiento del mercado de los 24 artesanos en la primera evaluación diez respondieron que es donde hacen la compra, sin embargo en la segunda evaluación 18 contestaron correctamente.

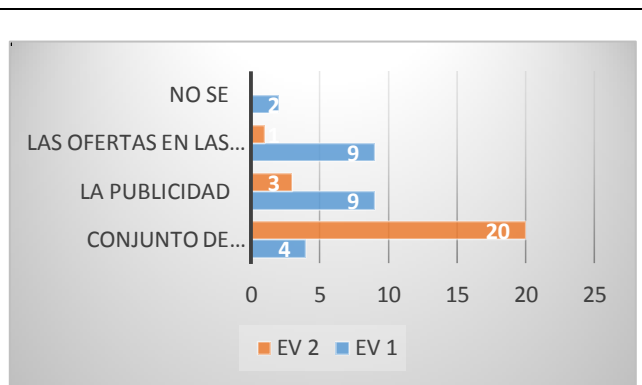


Figura N° 7

Aquí se les ha evaluado sus conocimientos sobre marketing, quedando en evidencia en la primera evaluación que los artesanos tenían un concepto erróneo, sin embargo en la segunda evaluación la respuesta correcta pasa de cuatro a 20.

Costos y Precios

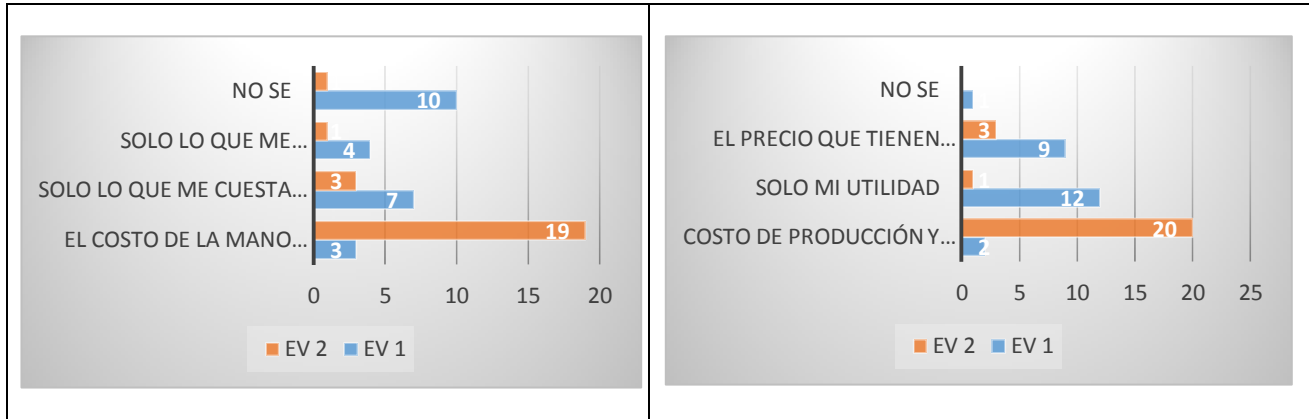


Figura N° 8

Para el diagnóstico era necesario conocer cómo los artesanos terminan los costos, quedando en evidencia que diez artesanos no saben y siete solo tienen en cuenta lo que les cuesta la materia prima. Información que muestra una gran diferencia en la evaluación dos, donde 19 de los artesanos demostraron que tienen en consideración los tres elementos del costo.

Figura N° 9

Para todo emprendimiento es importante realizar correctamente el establecimiento del precio, por lo que fue uno de los temas en los que fueron capacitados los artesanos. De manera que en el diagnóstico apenas dos personas contestaron correctamente, la gran mayoría solo toma en cuenta la utilidad a la hora de establecer precios. En la evaluación dos, las personas que contestan correctamente pasan a ser 20.

Calidad y Liderazgo

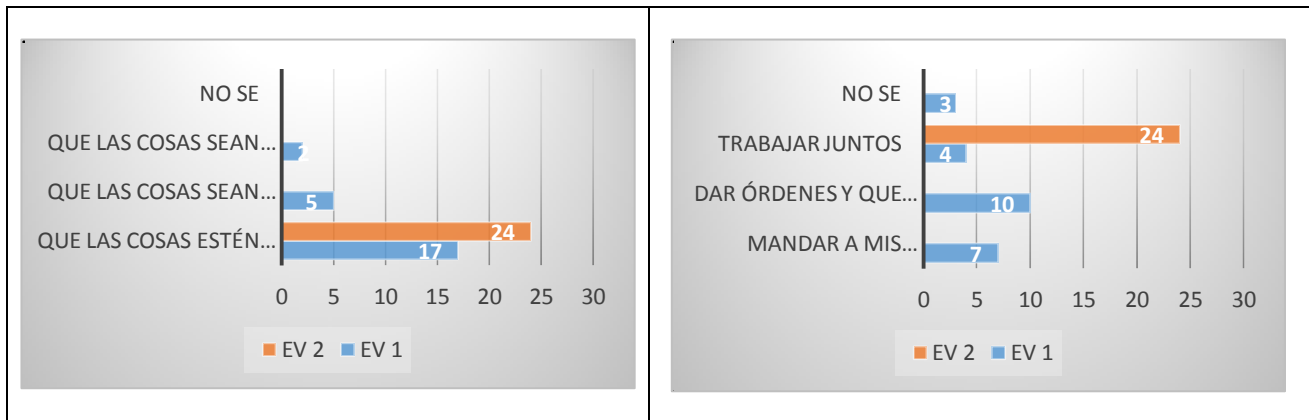


Figura N° 10

La calidad es uno de los factores más importantes al realizar un bien o un servicio, en el diagnóstico se pudo identificar que 17 artesanos consideraban que calidad es que las cosas estén bien hechas y que sirvan, frente a 5 que dijeron que es cuando las cosas son nuevas y 1 que sean caras. En la evaluación que se aplicó posteriormente a los artesanos, los 24 respondieron que la calidad es hacer las cosas estén bien hechas y que sirvan.

Figura N° 11

En cuanto al liderazgo con las evaluaciones, se pudo identificar que los artesanos consideraban que liderar es dar órdenes y que se cumplan, después de las capacitaciones los 24 artesanos expresan que liderar es trabajar junto con sus trabajadores.

Con el análisis de las evaluaciones aplicadas se pudo determinar que en todas las temáticas tratadas en las capacitaciones, los artesanos muestran un cambio de concepción, a pesar de que en algunos casos siguen existiendo personas que mantienen la forma preconcebida de algunos de los aspectos tratados en las 6 semanas de capacitaciones.

6.2. Análisis de satisfacción

Como se mencionó en apartados anteriores, para medir la satisfacción de los artesanos con las capacitaciones recibidas, se aplicó la encuesta de satisfacción utilizada por la PUCESE para la evaluar los proyectos des de vinculación con la colectividad, se decidió utilizar esa herramienta debido a que es un instrumento que ha pasado por un proceso de validación, factor importante al momento de aplicar un instrumento de investigación. (Ver anexo 5)

De la encuesta de satisfacción, se obtuvo que el 90% de los artesanos valoró como excelente la forma en que se organizó el proceso de capacitaciones, un 72% consideró que el desarrollo de las jornadas de fortalecimiento fueron muy buenas, así mismo un 81% indicó que las actividades desarrolladas permitieron alcanzar los objetivos propuestos completamente, por otro lado el 95% de las personas capacitadas señaló que la persona a cargo de las capacitación lo hizo de forma excelente y por último el 100% de los artesanos mencionó estar totalmente satisfecho con las capacitaciones.

CAPÍTULO VII

7. DISCUSIÓN

7.1. DISCUSIÓN

Después de haber hecho una exhaustiva investigación, en la que se ha ahondado en las capacidades administrativas de los artesanos participantes del programa Hilando el Desarrollo y antes de concluir el trabajo se debe hacer una comparativa entre los resultados obtenidos en esta investigación y los resultados hallados por otros investigadores, descritos en los estudios relacionados.

En ese sentido para la presente investigación se realizó el estudio con 24 artesanos que conforman cuatro talleres de confección de ropa y que forman parte del programa Hilando el Desarrollo, la función de estos talleres es elaborar uniformes escolares para el sistema de educación nacional. Para ser parte del programa, los artesanos deben cumplir con requisitos y el IEPS asigna según cupos de fabricación.

Dada la descripción precedente y antes de concluir el presente estudio, es necesario comparar los resultados hallados con otros previos, para lo cual se seleccionaron dos investigaciones de tesis, cabe destacar la práctica inexistencia de investigaciones referentes al programa Hilado el Desarrollo.

En la primera investigación es la realizada por (Andrade & Mejía, 2013) en la que se plantea un análisis económico financiero a la empresa Ecuadeportes, entre los objetivos de la investigación se plasma el análisis del programa Hilando el Desarrollo y cómo éste influye en la empresa. La segunda investigación fue elaborada por (Holguín, 2013) y que lleva por tema “Elaboración de un manual de emprendimiento como medio didáctico para las capacitaciones que ofrece la incubadora de empresas de la PUCESE a estudiantes universitarios y profesionales”; dicha investigación propone como uno de

sus objetivos el establecimiento de la metodología a seguir en el manual de emprendimiento.

En el estudio de Andrade y Mejía, se establece que la tecnología de los países vecinos es superior a la del Ecuador y que de igual forma recalca la falta de mano de obra calificada para ciertas áreas productivas lo que ha intentado suplir el Estado con el programa Hilando el Desarrollo, pero la formación de los participantes es en áreas técnicas. Los resultados de esa investigación concuerdan en parte con los hallazgos del presente estudio, pues también se pudo evidenciar que en Esmeraldas la mano de obra no es calificada y que los participantes del programa tienen conocimientos de confección que son fortalecidos por el IEPS, pero no en otras áreas que les podrían permitir que el negocio crezca y perdure en el tiempo.

Por otro lado el estudio de Gloria Holguín, determina que la metodología aprender haciendo, con la que desarrolló los manuales de emprendimiento, facilita a los estudiantes la adquisición de competencia para el fortalecimiento del espíritu emprendedor y generar ideas de negocio.

La manifestación de Holguín, se pudo comprobar en la investigación propuesta, puesto que como se indicó en apartados anteriores, la metodología aplicada en esta investigación fue una adaptación de la metodología que maneja la PUCESE y que tiene como esencia el aprender haciendo, de forma que los resultados de la evaluación aplicada final del proceso de fortalecimiento de capacidades a los artesanos muestra con claridad la evolución del aprendizaje de los beneficiarios siguiendo dicha metodología.

CAPÍTULO VIII

8. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN

8.1. CONCLUSIONES

- ✓ Con la metodología de investigación aplicada y los instrumentos de recopilación de información, se pudo determinar que casi la totalidad de los artesanos que fueron parte de este estudio, no tienen conocimientos previos sobre administración de negocios, procesos productivos o costeo, muchos de ellos al entrar al programa Hilando el desarrollo lo único que tienen es la experiencia de trabajar como costureras o sastres, por lo que se les hace difícil darle un direccionamiento seguro a sus talleres y que se conviertan en negocios prósperos. Las capacitaciones brindadas por el programa refuerzan la parte técnica pero no la administrativa o emprendedora.
- ✓ Las capacitaciones impartidas durante el proceso de fortalecimiento de capacidades, dejó en evidencia que los desean aprender, están abiertos a seguir formándose, aunque les cuesta más por la edad y porque durante muchos años han realizado sus actividades de la misma forma, en muchas ocasiones no lo hacen porque no saben a dónde acudir o porque piensan que ya pasó su momento y las responsabilidades les obligan a velar por el bienestar de sus familias.
- ✓ La aplicación de la evaluación de conocimientos mostro la evolución en el aprendizaje de los artesanos, evidenciando grandes avances lo que significa que los artesanos lograron interiorizar los conocimientos recibidos, esto se logró en gran medida por la aplicación de la metodología de enseñanza de emprendimiento desarrollada por la PUCESE que para esta investigación tuvo que ser adaptada al tipo de personas con el que se trabajó.

8.2.RECOMENDACIONES

- ✓ El programa Hilando el Desarrollo ha logrado integrar al aparato productivo a muchos artesanos, pero esa labor estaría más robustecida sí, además de capacitar a los artesanos en técnicas de confección, se les capacita en temas y de emprendimiento, de forma que se articulen todas las áreas y se amplíe la visión de los artesanos y el impacto social del programa sea mayor.
- ✓ Desde la academia, así como desde la Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, se debería plantear un seguimiento constante del trabajo y de la formación de los artesanos, al menos hasta que estén fortalecidos y puedan resistir solos a las condiciones del mercado.
- ✓ La PUCESE, junto con la unidad de emprendimiento y las escuelas de Administración de Empresas y Contabilidad y Auditorías, deberían revisar los modelos de emprendimientos con los que actualmente cuenta y desarrollar uno nuevo para otro grupo de la población que serían los artesanos y personas adultas que en muchos casos no han siquiera terminado la instrucción primaria. Con esa nueva metodología se cerraría el círculo, pues ya cuenta la PUCESE con una metodología para colegios y escuelas, otra para universidades y profesionales, faltaría una para aquellos que no son profesionales y que por distintos factores no han podido entrar o culminar el sistema educativo.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, G. e. (2009).

Agudelo, L. (2010). *Gestión por Procesos*. Medellín: Los Autores.

Andrade, A., & Mejía, P. (2013). *Análisis económico financiero período 2010 - 2012 a la empresa fabricante de ropa deportiva Ecuadeportes*. Cuenca.

Beltran, J. (1997). *Indicadores de gestión: Herramientas para lograr competitividad*. Bogota: 3R editores.

Burbano, J. (2012). *Manual para enseñar emprendimiento en colegios*. Esmeraldas.

Contreras. (2003).

DEFELIPPE, B. (29 de Abril de 2014). *Ejemplacom*. Obtenido de <http://ejemplacom/ideas/que-es-una-empresa-social>

Defelippe, B. (2014). Qué es una empresa social. *Ejemplacom*.

Eco. Milton Maya, E. P. (2012). *ley de la economía popular y solidaria*. Obtenido de www.economiasolidaria.org/.../Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria

Economía Popular y Solidaria. (2013). Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/socializacion-del-ieps-en-programa-hilando-el-desarrollo-facilita-participacion-de-artesanos-en-la-confeccion-de-uniformes-escolares/>

Fernandez, N. G. (2002). *Curso de Logística de Aprovisionamiento*. Oviedo: Universidad de Oviedo.

Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. México: Mc Graw Hill.

Gallegos, R. R. (2013).

Geoffrey, R. (2003). *Principios de Marketing*. Madrid: Thomson Editores Sapin.

Gonzales, R. M. (2007). *Marketing en el siglo XXI*.

Herandez. (2003).

Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (s.f.). *Administración estratégica, competitividad y globalización*. México: Cengage Learning Editores S.A.

- Holguín, G. (2013). *ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE EMPRENDIMIENTO COMO MEDIO DIDACTICO PARA LAS CAPACITACIONES QUE OFRECE LA INCUBADORA DE EMPRESAS DE LA PUCESE A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y PROFESIONALES*. ESMERALDAS.
- Mankiw, N. G. (2012). *Principios de Economía*. Cengage Learning Editores.
- Martins, S. P. (2010). Obtenido de http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-disenio-de-la-investigacion_21.html
- Mejía, B. (2006). *Gerencia de Procesos para la organización y control*. Bogota: ECO Ediciones.
- Meyer., D. B. (12 de 10 de 2006). Recuperado el 10 de 02 de 2015, de <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>
- Orlich, J. M. (2007). *Análisis FODA*. Universidad para la cooperación internacional.
- Philip Kotler, . L. (2009). *Dirección de Marketing*. Pearson Educación.
- Philip Kotler, P. B. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- RAE. (s.f.). *Diccionario de la Lengua Española*. Recuperado el 9 de 09 de 2014, de Diccionario de la Lengua Española: <http://www.rae.es/>
- Ronald, R. W. (2005). *Negocios*. México: Pretince Hall.
- Sampieri, C. y. (2010). Recuperado el 2015
- Talancón Ponce, H. (2006). *Contribuciones a la economía*. México.
- Walker, E. S. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw-Hill.
- YUNUS, M. (26 de Noviembre de 2013). *Institutolibertad.org*. Obtenido de <http://www.institutolibertad.org/blog/yunus-y-su-concepto-de-empresa-social/>

10.ANEXOS

Anexo 1

Entrevista

Esta entrevista está dirigida a los artesanos que participan en el programa Hilando el Desarrollo del Sector San Rafael Provincia de Esmeraldas, la misma que nos permitirá conocer desde su experiencia como es el negocio y definir algunos puntos clave para el estudio.

1. ¿Cuál es el nivel de formación de los artesanos y costureras que participan?
 - Ninguno
 - Estudios primarios
 - Superiores
 - Medio
 - Titulados Medios
2. ¿Cuáles fueron los problemas más frecuentes que se presentaron en el momento de emprender con el programa Hilando el Desarrollo?
3. ¿Qué cosas considera que debe mejorar en su taller?
4. ¿Tiene conocimientos de administración o contabilidad?
5. ¿Qué procesos utiliza en la producción de los uniformes?
6. ¿El equipo o Maquinarias con las que cuenta son actuales o cuánto tiempo las lleva utilizando?
7. ¿Estaría dispuesto a invertir para mejorar los acabados y terminar de forma más eficaz con los uniformes?
8. ¿Tiene proveedores fijos que le provean la tela y maquinas?
9. ¿Cuenta con la maquinaria necesaria para la realización de los uniformes?
10. ¿Qué capacidad productiva tiene?
11. ¿Qué características tienen los uniformes realizados por artesanos que destaquen de otros similares?

Anexo 2

Evaluación diagnóstica y final

Empresa es:

- a) Unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica
- b) El lugar donde trabaja la gente
- c) La fábrica donde se obtienen las cosas
- d) No se

Administrar es:

- a) Tener empleados y que hagan lo que digo
- b) Planificar, organizar, dirigir y controlar
- c) Saber cómo hacer las cosas del negocio
- d) No se

Producir es:

- a) Elaborar un bien o un servicio
- b) Generar dinero
- c) Vender más
- d) No se

Para producir es necesario:

- a) Saber qué producir, cuánto y a cuánto
- b) Saber a cuanto
- c) Saber cuanto
- d) No se

Mercado es:

- a) Donde hago la compra de los alimentos
- b) Cualquier lugar donde se compran y se venden cosas
- c) El supermercado
- d) No se

Marketing es:

- a) Conjunto de herramientas para llegar al cliente
- b) La publicidad
- c) Las ofertas en las tiendas
- d) No se

Para saber el costo de producir algo, tomo en cuenta:

- a) El costo de la mano de obra, materia prima y gastos indirectos
- b) Solo lo que me cuesta la materia prima
- c) Solo lo que me cuestan los trabajadores
- d) No se

Para establecer el precio de las cosas tengo en cuenta:

- a) Costo de producción un porcentaje de utilidad
- b) Solo mi utilidad
- c) El precio que tienen otros negocios
- d) No se

La calidad es:

- a) Que las cosas estén bien hechas y sirvan
- b) Que las cosas sean nuevas
- c) Que las cosas sean caras
- d) No se

Liderazgo es:

- a) Mandar a mis empleados
- b) Dar órdenes y que cumplan
- c) Trabajar juntos
- d) No se

Anexo 3
Fotografías de los talleres



Foto 1. Costurera del programa Hilando el desarrollo



Foto2. Salón auditorio de la Dirección Distrital del MIES de Esmeraldas

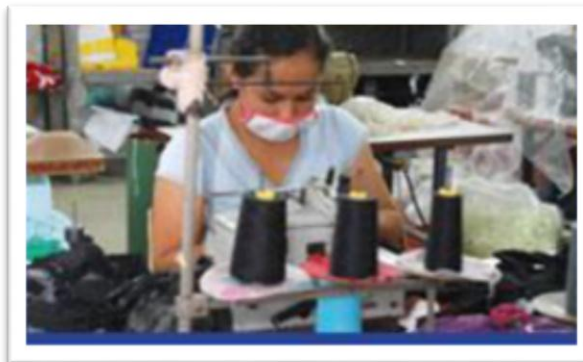


Foto3. Costureras del Programa Hilando el Desarrollo Taller “JR&JR”



Foto 4. Realizando la oferta electrónica



Foto 5. Costureras Taller GEMA, realizando sus labores



Foto 6. Telas para confeccionar los uniformes, programas Hilando el desarrollo.



Foto7. Realizando el empaquetamiento de los uniformes



Foto8. Realizando los cortes de tela para los pantalones y faldas.

Anexo 4

FICHA TÉCNICA ° 1. CAMISETA T o CUELLO REDONDO BLANCA

DESCRIPCIÓN:

CUELLO REDONDO CON RIB DE DOS CABOS, PUÑOS Y BAJOS TERMINADOS CON RECUBRIDORA
 REATA EN HOMBROS
 HILOS 120
 COLOCAR ETIQUETA CON TALLA Y NOMBRE DE ARTESANO

TELA QUE SE UTILIZA PARA LA CONFECCION DE CAMISETA CUELLO REDONDO:

JERSEY	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA TELA	
Composición:	65% poliéster / 35% algodón (+ / - 5%)
Hilado:	Open End
Peso:	180 gr./m2 (+ / - 5 gr. al m2)
Ancho:	Abierta 1,70 metros
	Tubular 0,85 metros
Color:	Blanco óptico
Encogimiento:	+ / - 3% (+ / - 5%)
Rendimiento:	3,27 metros por kilo (+ / - 3%)



COSTO REFERENCIAL DE LA PRENDA SIN IVA	
MATERIA PRIMA + INSUMOS	\$ 1,29
MANO DE OBRA + GASTOS	\$ 0,40
SUBTOTAL	\$ 1,69
UTILIDAD 35%	\$ 0,59
TOTAL	\$ 2,28

Beneficios: una tela de mayor gramaje provee una apariencia más tupida, que elimina la transparencia y crea una sensación de seguridad y confort en los niños, especialmente en las niñas durante la adolescencia.

Descripción / Tallas	4	6	8	10	12	14	16	18
Ancho camiseta	34	38	40	42	44	48	52	54
Espalda	28	30	32	34	36	38	40	42
Largo camiseta	40	45	50	55	60	65	70	75
Largo manga por ancho	12x22	14x24	15x24	16x30	17x32	18x34	19x38	20x40

FICHA TÉCNICA N°. 2. CAMISETA POLO BLANCA

DESCRIPCIÓN:

PUÑOS Y BAJOS UTILIZAR RECUBRIDORA

BOTÓN TRANSPARENTE N°. 18

CUELLO TEJIDO

HILO 120

COLOCAR ETIQUETA CON TALLA Y NOMBRE DE ARTESANO

TELA QUE SE UTILIZA PARA CONFECCIÓN CAMISETA POLO BLANCA:

PIQUE	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA TELA	
Composición:	65% poliéster / 35% algodón (+ / - 5%)
Hilado:	Cardado
Peso:	230 gr./m2 (+ / - 5 gr. al m2)
Ancho:	Tubular 1,20 metros
Color:	Blanco óptico
Encogimiento:	+ / - 3% (+ / - 5%)
Rendimiento:	1,80 metros por kilo (+ / - 3%)



COSTO REFERENCIAL DE LA PRENDA SIN IVA	
MATERIA PRIMA + INSUMOS	\$ 2,10
MANO DE OBRA + GASTOS	\$ 0,55
SUBTOTAL	\$ 2,65
UTILIDAD 35%	\$ 0,93
TOTAL	\$ 3,58

Beneficios: se sugiere el uso de la tela pique por su estructura de construcción, la hace más resistente y duradera, calidad que es necesaria en un uniforme escolar. El valor es un poco más alto que el del jersey, debido a que el rendimiento es menor, pero las ventajas que esta tela posee, en beneficio de durabilidad son notables, prometiendo que la camiseta termine el año escolar. Es un material amigable, tanto en el uso, el cuidado y la confección.

Descripción / Tallas	4	6	8	10	12	14	16	18
Ancho camiseta	34	38	40	42	44	48	52	54
Espalda	28	30	32	34	36	38	40	42
Largo camiseta	40	45	50	55	60	65	70	75
Largo manga por ancho	12x22	14x24	15x24	16x30	17x32	18x34	19x38	20x40

FICHA TÉCNICA N°. 3. BUZO (CALENTADOR) FLEECE GRIS JASPEADO MEDIO

DESCRIPCIÓN:

CUELLO, PUÑOS Y BAJOS TERMINADOS
 CON RIB DE DOS CABOS, UNIDOS CON OVERLOCK,
 REATA EN HOMBROS.
 COLOCAR ETIQUETA CON TALLA Y NOMBRE DE ARTESANO
 HILO 120

TELA QUE SE UTILIZA PARA LA CONFECCION DE : BUZO CALENTADOR

FLEECE	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA TELA	
Composición:	65% poliéster / 35% algodón (+ / - 5%)
Hilado:	Cardado (Open End)
Peso:	290 gr./m2 (+ / - 5 gr. al m2)
Ancho:	Tubular 0,90 metros
Color:	Gris jaspeado medio
Encogimiento:	+ / - 3% (+ / - 5%)
Rendimiento:	1,92 metros por kilo (+ / - 3%)



COSTO REFERENCIAL DE LA PRENDA SIN IVA	
ESTE VALOR ES PARA LAS DOS PRENDAS BUZO Y PANTALÓN (CALENTADOR)	
MATERIA PRIMA + INSUMOS	\$ 7,26
MANO DE OBRA + GASTOS	\$ 1,50
SUBTOTAL	\$ 8,76
UTILIDAD 35%	\$ 3,07
TOTAL	\$ 11,83

Beneficios: es una tela, que tanto en la sierra, utilizándola perchada es mas abrigada y en la costa sin perchar más ligera, proveen al estudiante de una prenda cómoda apropiada para realizar cualquier deporte y también el poder cuidarla, permite el lavado constante, el color jaspeado medio, es un color neutro que no sufre con el sol.

Descripción / Tallas	4	6	8	10	12	14	16	18
Ancho buzo	38	40	42	45	48	52	55	58
Espalda	32	34	35	36	38	40	42	44
Largo buzo	40	45	50	55	58	60	62	65
Largo manga	38x19	43x20	48x21	55x22	58x23	60x24	62x26	65x28

FICHA TÉCNICA N°. 4. PANTALÓN (CALENTADOR) FLEECE GRIS JASPEADO MEDIO

DESCRIPCIÓN:

PRETINA CON ELÁSTICO DE 4 CM.

BASTA CON RECUBRIDORA

BOLSILLOS DE COSTADO EN LA MISMA

COLOCAR ETIQUETA CON TALLA Y NOMBRE DE ARTESANO

HILO 120

TELA QUE SE UTILIZA PARA LA CONFECCION DE : PANTALON CALENTADOR

FLEECE	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA TELA	
Composición:	65% poliéster / 35% algodón (+ / - 5%)
Hilado:	Cardado (Open End)
Peso:	290 gr./m2 (+ / - 5 gr. al m2)
Ancho:	Tubular 0,90 metros
Color:	Gris jaspeado medio
Encogimiento:	+ / - 3% (+ / - 5%)
Rendimiento:	1,92 metros por kilo (+ / - 3%)



Descripción / Tallas	4	6	8	10	12	14	16	18
Cintura	34	38	40	43	46	48	50	53
Cadera	36	40	42	45	48	50	52	55
Largo total	65	75	80	90	95	100	102	105
Entrepierna	45	54	58	66	69	73	74	76
Basta	14	15	16	17	17	18	18	18

FICHA TÉCNICA N°. 5. BUZO (CALENTADOR) FLEECE TINTURADO

DESCRIPCIÓN:

CUELLO, PUÑOS Y BAJOS TERMINADOS
 CON RIB DE DOS CABOS, UNIDOS CON OVERLOCK,
 REATA EN HOMBROS.
 COLOCAR ETIQUETA CON TALLA Y NOMBRE DE ARTESANO
 HILO 120

TELA QUE SE UTILIZA PARA LA CONFECCION DE : BUZO CALENTADOR

FLEECE TINTURADO	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA TELA	
Composición:	65% poliéster / 35% algodón (+ / - 5%)
Hilado:	Open End (Cardado)
Peso:	290 gr./m2 (+ / - 5 gr. al m2)
Ancho:	Tubular 0,90 metros
Color:	Gris jaspeado medio
Encogimiento:	+ / - 3% (+ / - 5%)
Rendimiento:	1,92 metros por kilo (+ / - 3%)
Solidez del color al Lavado	De 4-5
Solidez del color a la luz	De 6-8



COSTO REFERENCIAL DE LA PRENDA SIN IVA	
ESTE VALOR ES PARA LAS DOS PRENDAS BUZO Y PANTALÓN (CALENTADOR)	
MATERIA PRIMA + INSUMOS	\$ 7,26
MANO DE OBRA + GASTOS	\$ 1,50
SUBTOTAL	\$ 8,76
UTILIDAD 35%	\$ 3,07
TOTAL	\$ 11,83

Beneficios: es una tela ligera que provee al estudiante una prenda cómoda apropiada para realizar cualquier deporte y también el poder cuidarla, permite el lavado constante, el color jaspeado medio, es un color neutro que no sufre con el sol.

Descripción / Tallas	4	6	8	10	12	14	16	18
Ancho buzo	38	40	42	45	48	52	55	58
Espalda	32	34	35	36	38	40	42	44
Largo buzo	40	45	50	55	58	60	62	65
Largo manga	38x19	43x20	48x21	55x22	58x23	60x24	62x26	65x28

FICHA TÉCNICA N°. 6. PANTALÓN (CALENTADOR) FLEECE TINTURADO

DESCRIPCIÓN:

PRETINA CON ELÁSTICO DE 4 CM.

BASTA CON RECUBRIDORA

BOLSILLOS DE COSTADO EN LA MISMA

COLOCAR ETIQUETA CON TALLA Y NOMBRE DE ARTESANO

HILO 120

TELA QUE SE UTILIZA PARA LA CONFECCION DE : PANTALON
CALENTADOR

FLEECE TINTURADO	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA TELA	
Composición:	65% poliéster / 35% algodón (+ / - 5%)
Hilado:	Open End (Cardado)
Peso:	290 gr./m2 (+ / - 5 gr. al m2)
Ancho:	Tubular 0,90 metros
Color:	Gris jaspeado medio
Encogimiento:	+ / - 3% (+ / - 5%)
Rendimiento:	1,92 metros por kilo (+ / - 3%)
Solidez del color al Lavado	De 4-5
Solidez del color a la luz	De 6-8



Beneficios: es una tela ligera que provee al estudiante una prenda cómoda apropiada para realizar cualquier deporte y también el poder cuidarla, permite el lavado constante, el color jaspeado medio, es un color neutro que no sufre con el sol.

Descripción / Tallas	4	6	8	10	12	14	16	18
Cintura	34	38	40	43	46	48	50	53
Cadera	36	40	42	45	48	50	52	55
Largo total	65	75	80	90	95	100	102	105
Entrepierna	45	54	58	66	69	73	74	76
Basta	14	15	16	17	17	18	18	18

FICHA TÉCNICA N°. 7. PANTALÓN NIÑO EN GABARDINA AZUL MARINO

DESCRIPCIÓN:

PANTALÓN 5 BOLSILLOS, CON FORRO EN LOS DOS DELANTEROS
 CIERRE METÁLICO, BOTÓN PLÁSTICO
 HILOS 120
 COLOCAR TALLA

TELA QUE SE UTILIZA PARA LA CONFECCION DE : PANTALON AZUL MARINO

GABARDINA	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA TELA	
Composición:	65% poliéster / 35% algodón (+ / - 5%)
Tejido	Sarga 3/1 y 2/1
Peso:	230 gr. /m2 (+ / - 5 gr. al m2)
Ancho:	1,50 metros
Color:	Azul marino (PANTONE Black Iris N° 19-3921 TPX)
Encogimiento:	+ / - 3% (+ / - 5%)
Solidez al lavado	4
Instrucciones de lavado y secado	<ul style="list-style-type: none"> · No cloro · Agua fría (30°C) · Secado en la sombra



COSTO REFERENCIAL DE LA PRENDA SIN IVA	
MATERIA PRIMA + INSUMOS	\$ 4,19
MANO DE OBRA + GASTOS	\$ 2,50
SUBTOTAL	\$ 6,69
UTILIDAD 35%	\$ 2,34
TOTAL	\$ 9,03

Beneficios: gabardina tiene las mismas características de estructura que el índigo, el tejido sarga, que la hace muy resistente su composición, con un alto porcentaje de poliéster hacer que el secado de la prenda sea más rápido y necesite menos planchado.

Descripción / Tallas	4	6	8	10	12	14	16	18
Cintura	28	30	32	34	36	38	42	44
Cadera	34	36	38	42	44	46	50	52
Largo total	63	73	78	88	93	100	102	105
Entrepierna	45	54	58	66	69	75	76	78
Basta	16	17	18	18	19	19	20	20

FICHA TÉCNICA N°. 8. FALDA PANTALÓN AZUL MARINO

DESCRIPCIÓN:

BOLSILLOS EN LA COSTURA LATERAL, FORRADO CON LIENZO RESORTE EN LA PRETINA ESPALDA PIEZA DELANTERA IMITANDO FALTA PRETINA DE 3.5 CON BOTÓN DE POLIÉSTER CIERRE METÁLICO, BOTÓN PLÁSTICO

HILOS 120 COLOCAR TALLA

COLOCAR ETIQUETA CON TALLA Y NOMBRE DE ARTESANO

TELA QUE SE UTILIZA PARA LA CONFECCION DE : FALDA PANTALON AZUL MARINO

GABARDINA	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE LA TELA	
Composición:	65% poliéster / 35% algodón (+ / - 5%)
Tejido	Sarga 3/1 y 2/1
Peso:	230 gr. /m2 (+ / - 5 gr. al m2)
Ancho:	1,50 metros
Color:	Azul marino (PANTONE Black Iris N° 19-3921 TPX)
Encogimiento:	+ / - 3% (+ / - 5%)
Solidez al lavado	4
Instrucciones de lavado y secado	<ul style="list-style-type: none"> · No cloro · Agua fría (30°C) · Secado en la sombra



COSTO REFERENCIAL DE LA PRENDA SIN IVA	
MATERIA PRIMA + INSUMOS	\$ 2,86
MANO DE OBRA + GASTOS	\$ 2,00
SUBTOTAL	\$ 4,86
UTILIDAD 35%	\$ 1,70
TOTAL	\$ 6,56

Beneficios: se sugiere realizar una falda pantalón a cambio de la falda short, cuidando la estética de un uniforme escolar y pensando en la comodidad de las niñas, es una prenda femenina, que les puede brindar seguridad y comodidad la tela en la que debe ser confeccionada es en gabardina por las bondades de la misma, liviana, suave y de fácil mantenimiento. Se sugiere que lleve un elástico en la pretina posterior, ya que este brinda un adecuado ajuste para cualquier tipo de cuerpo, creando un perfecto entalle lleva una pieza al frente imitando una falda, el largo sugerido es de 4 cm. Arriba de la rodilla, medidas contornos, están con la mitad del contorno total y tolerancia de + - 2 cm.

Descripción (tallas)	4	6	8	10	12	14	16	18
Cintura	28	32	34	36	38	40	42	44
Cadera	36	40	42	44	48	50	52	54
Largo rodilla	28	32	34	36	38	42	44	45

Anexo 5
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A LOS ACTORES O BENEFICIARIOS DE
ACTIVIDADES DE VINCULACIÓN UNIVERSITARIA

PROYECTO:
EVENTO O ACTIVIDAD:

FECHA:

Nombre Del Proyecto Evento O Actividad Que Participo: Capacitación para mejora de la gestión administrativa.

Número De Personas U Organizaciones Que Se Beneficiaron Con El Proyecto, Evento O Actividad: Una asociación formada por 12 personas.

Persona De Contacto De La PUCESE Con La Que Se Relacionó: Docente Javier Burbano

Fecha De Inicio Del Proyecto O Actividad:

Fecha De Finalización Del Proyecto:

1. ¿Cómo considera Usted la organización del proyecto, evento o actividad?

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ¿Cómo considera Usted el desarrollo del proyecto, evento o actividad?

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ¿Considera Usted que las actividades planteadas permitieron alcanzar el objetivo?

Completamente	<input type="checkbox"/>
Medianamente	<input type="checkbox"/>
Poco	<input type="checkbox"/>
Casi Nada	<input type="checkbox"/>
Nada	<input type="checkbox"/>

4. ¿Qué opina de la calidad del personal asignado al proyecto, evento o actividad?

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Deficiente
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Usted como beneficiario o participante del proyecto, evento o actividad se encuentra satisfecho con el trabajo realizado por parte de la PUCESE.

Totalmente	<input type="checkbox"/>
Muy Satisfecho	<input type="checkbox"/>
Poco satisfecho	<input type="checkbox"/>
Casi nada satisfecho	<input type="checkbox"/>
Nada satisfecho	<input type="checkbox"/>