



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica De Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

“Mujeres Lojanas, desarrollando modelo productivo en el sector textil,

Año 2015.”

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Asitimbay Bermeo Nube Lucia.

DIRECTORA: Ramón Jaramillo Sandra Elizabeth, Econ.

LOJA – ECUADOR

2016



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2016

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Economista.

Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo

DOCENTE DE LA TITULACIÓN DE EMPRESAS

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación “Mujeres Lojanas, desarrollando modelo productivo en el sector textil, año 2015” realizado por Nube Lucia Asitimbay Bermeo, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, 10 de octubre del 2016

f).....

Ramón Jaramillo Sandra Elizabeth, Eco.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo Nube Lucia Asitimbay Bermeo; declaro ser autora del presente trabajo de titulación: “Mujeres Lojanas, desarrollando modelo productivo en el sector textil año 2015”, de la Titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, siendo Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo; directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajo de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad.

f.....

Autora. Nube Lucia Asitimbay Bermeo

Cédula. 1400667380

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo principalmente a mis padres Segundo y Roció, a mis hermanos quienes brindaron cariño, motivación para terminar mis estudios universitarios y cumplir con el objetivo propuesto.

Nube Lucia

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por haber permitido avanzar con la finalización de mi objetivo y a mi familia quienes siempre desde lejos me motivaron a mis amigos por compartir conocimientos y experiencias dentro de la carrera universitaria. A la Universidad Técnica Particular de Loja Especialmente a la Eco. Sandra Elizabeth Ramón Jaramillo quien día a día me ha guiado para la culminación del trabajo y a la directiva de ASOMANDEC quienes fueron un aporte importante dentro de la información necesaria para cumplir con el objetivo propuesto.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARATULA.....	i
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vi
ÍNDICE DE TABLA	vii
ÍNDICE DE FIGURA.....	viii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	viii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPITULO I.....	4
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN MUJERES LOJANAS, DESARROLLANDO MODELO PRODUCTIVO EN EL SECTOR TEXTIL, AÑO 2015.....	4
1.1. Antecedentes.....	5
1.2. Definición del problema	5
1.2.1 Causas.	5
1.2.2 Efectos.....	6
1.3. Importancia e interés del tema.....	6
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1 Objetivo General.....	6
1.4.2.1. Objetivos específicos.....	6
1.4. Estructura del trabajo de titulación	6
1.5. Metodología.....	8
CAPITULO II.....	9
DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE ASOMANDEC	9
2. Desarrollo organizacional de ASOMANDEC	10
2.1. Filosofía empresarial.....	10
2.1.2. Misión.....	10
2.1.3. Visión.....	10
2.1.4. Valores corporativos.....	10

2.2.	Gestión de necesidades	11
2.3.	Organigrama estructural de ASOMANDEC.....	11
2.4.	Manual de funciones de ASOMANDEC	14
2.5.	Reglamento Interno de ASOMANDEC.....	15
CAPITULO III.....		16
ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ASOMANDEC		16
3.	Organización de la producción de ASOMANDEC.....	17
3.1.	Flujograma de procesos de ASOMANDEC.....	17
3.2.	Manual de procesos de ASOMANDEC	22
CAPITULO IV		26
DESARROLLO COMERCIAL DE ASOMANDEC.....		26
4.	Desarrollo comercial de ASOMANDEC	27
4.1.	Promocion del producto.....	27
4.2.	Desarrollo de las etapas del plan estratégico de marketing	31
4.2.1.	Etapa 1: Análisis FODA.....	31
4.2.2.	Etapa 2: Segmentación de mercado.....	32
4.2.3.	Etapa 3: Plan estratégico de marketing.....	34
4.2.4.	Etapa 4: Plan de ventas.	36
4.2.5.	Etapa 5. Evaluación del plan estratégico de marketing.....	37
4.4.	Diseño de sistema de comercialización	40
4.4.1	Ventas Directas.	40
4.4.2	Ventas Indirectas.....	42
CONCLUSIONES		43
RECOMENDACIONES.....		44
BIBLIOGRAFÍA.....		45
ANEXOS.....		47

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Metodología del desarrollo de los capítulos	8
Tabla 2. Título del Reglamento Interno de ASOMANDEC	15
Tabla 3. Productos de ASOMANDEC	17
Tabla 4. Simbolos para la realización del flujograma de procesos	17
Tabla 5. Indice de la industria textil en Ecuador	26

Tabla 6. Matriz FODA de ASOMANDEC	31
Tabla 7. Segmentación de mujeres	32
Tabla 8. Segmentación de niñas o niños	32
Tabla 9. Segmentación de los empleados privados y del Estado	33
Tabla 10. Plan estratégico de marketing	34
Tabla 11. Pronostico de ventas	36
Tabla 12. Ventajas de la utilización de la marca azul	39
Tabla 13. Plan de Ventas directas	41

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. Clasificación general de los Organismos de ASOMANDEC	11
Figura 2. Estructura de ASOMANDEC	12
Figura 3. Estructura para el funcionamiento de ASOMANDEC	13
Figura 4. Flujograma de procesos de confección de ropa	18
Figura 5. Flujograma de procesos de tejido a mano.....	20
Figura 6. Flujograma de procesos de calzado	21
Figura 7. Manual de procesos de confección de ropa	23
Figura 8. Manual de procesos de tejido a mano	24
Figura 9. Manual de procesos de calzado.....	25
Figura 10. Industria textil del Ecuador por provincias	28
Figura 11. Las cinco etapas del plan estratégico de marketing	29
Figura 12. Plan estratégico de marketing para ASOMANDEC	30
Figura 13. Identidad de la marca.....	38
Figura 14. Marca de ASOMANDEC	39
Figura 15. Diseño de sistema de comercialización directa	40
Figura 16. Diseño de sistema de comercialización indirecta	42

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de constitución de ASOMANDEC	48
Anexo 2. Manual de funciones de ASOMANDEC	58
Anexo 3. Reglamento Interno de ASOMANDEC	71
Anexo 4. Matriz BCG de ASOMANDEC	80
Anexo 5. Estrategia de logotipo	82
Anexo 6. Uso de redes sociales	83
Anexo 7. Catálogo de ASOMANDEC	85
Anexo 8. Participación en ferias	89
Anexo 9. Estrategia de promoción	90
Anexo 10. Hoja volante	91
Anexo 11. Driptico	93
Anexo 12. Estrategias de relaciones públicas	95
Anexo 13. Finanzas	96
Anexo 14. Costos de producción de ASOMANDEC	99
Anexo 15. Presupuesto de ASOMANDEC	101
Anexo 16. Evaluación del plan estratégico de marketing	102

RESUMEN

ASOMANDEC es un emprendimiento social que elabora productos artesanales del sector textil, legalizado ante la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 40 mujeres artesanas con experiencia en elaboración de prendas de vestir forman parte de él.

El objetivo de este trabajo es consolidar el modelo aplicando técnicas administrativas, utilizando procesos sistematizados y organizados que permitan ofertar productos de calidad con el fin de posicionar la marca; la organización interna del emprendimiento a corto y largo plazo permitirá su expansión.

Los productos van enfocados a segmentos de mercado establecidos: Mujeres de 25 a 40 años, niños y adolescentes, funcionarios de instituciones públicas y privadas. La producción es en serie o personalizada, especialmente en tejidos a mano que se pueden elaborar bajo requerimientos específicos del cliente. Uno de los principales clientes es el Estado mediante su Programa Hilando el Desarrollo.

ASOMANDEC cuenta con el apoyo institucional del MIES, IEPS, Universidad Técnica Particular de Loja como aliados estratégicos para gestionar, comercializar y fortalecer al emprendimiento.

PALABRAS CLAVES: Emprendimiento social, Ecuador, textil.

ABSTRACT

To analyze the productive model of ASOMANDEC is a social entrepreneurship which produces handmade products of the textile sector, legalized before the Superintendent of Popular and Solidarity Economy, Forty women artisans with experience in development of clothing are part of it.

The objective of this work is to consolidate the model using techniques, utilizing systematic deployment processes and organized that would permit it to offer quality products in order to position the mark; the internal organization of the undertaking in the short and long term will allow its expansion.

The products are focused on established market segments: women Twenty-five to forty years, children and adolescents, officials of public and private institutions. The production is in series or custom, especially in tissues to hand that can be developed under specific requirements of the customer. One of the main clients is the state through its Program Spinning Development. ASOMANDEC account with the institutional support of the MIES, IEPS, Private Technical University of Loja as strategic allies to manage, market and strengthen the undertaking.

KEYWORDS: Social entrepreneurship, Ecuador, textile.

INTRODUCCIÓN.

Actualmente en Ecuador la industria textil y de confección de ropa elabora productos de todo tipo de fibra como algodón, poliéster, nylon, lana y seda a pesar que son mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades importantes, generando fuentes de empleo a los artesanos del país.

El programa “Hilando el Desarrollo” es un programa que promueve la inclusión económica y movilidad social de miles de artesanos del sector textil de la Economía Popular y Solidaria (EPS) quienes buscan alcanzar condiciones económicas y de vida, digna y justa.

El sector textil en Loja se encuentra diversificado por diferentes micro empresarios que satisfacen la demanda de ropa tradicional, tejido a mano, indumentaria médica, uniformes para las instituciones públicas y privadas, entre otros

La creación y funcionamiento de la Asociación de Producción Manos Decorativas “ASOMANDEC”. El mismo que se constituye bajo personería jurídica que está regulada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria bajo la resolución No. SETS-ROEPS-2014-900104 y el Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento Interno.

Para la elaboración del trabajo de titulación se hizo un análisis interno con la directiva identificando sus necesidades, después de saber su falencia, el estudio pretende dar una visión clara respecto a la situación actual de ASOMANDEC, la estructura del trabajo tiene cuatro ejes fundamentales 1.) Diseño de investigación de mujeres lojanas, desarrollando modelo productivo en el sector textil. 2.) Desarrollo organizacional de ASOMANDEC. 3.) Organización de la producción de ASOMANDEC. 4) Desarrollo comercial de ASOMANDEC,

Para el desarrollo de los objetivos propuestos en el presente trabajo, se contó con la colaboración de la directiva de ASOMANDEC ya que fue el pilar fundamental para su conclusión.

CAPITULO I

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN MUJERES LOJANAS, DESARROLLANDO MODELO PRODUCTIVO EN EL SECTOR TEXTIL, AÑO 2015

1.1. Antecedentes

Para la elaboración del trabajo de fin de titulación se tomó como referencia el modelo triple hélice como referencia la vinculación de la universidad – gobierno- asociación. La universidad como factor de interacción y complementariedad cognitiva con fines de innovación y desarrollo económico. En cambio el gobierno es como oferente de un marco regulador que fomenta las actividades de innovación y la asociación actúa como organizaciones que aplican el conocimiento y con ello genera nuevas oportunidades de negocio.

La Asociación de Producción Manos Decorativas, (ASOMANDEC), se vincula con el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS); institución que apoya con herramientas y metodologías necesarias para el diseño de emprendimientos asociativos.

Con el desarrollo del trabajo se busca fortalecer a la Asociación en cuatro ejes fundamentales: diseño de investigación de ASOMANDEC organizativo, productivo y de comercialización. Esto contribuirá para el fortalecimiento de la asociación.

ASOMANDEC, está ubicado en el centro de la ciudad de Loja perteneciente a la Parroquia San Sebastián, tienen un taller equipado para confeccionar prendas de vestir. Cuenta con 40 personas y el 22 de julio del 2014 iniciaron sus actividades productivas, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

La asociación es de duración indefinida, responsabilidad limitada a su capital social, por tanto, la responsabilidad de sus asociados estará limitada al capital que aporten a la entidad

1.2. Definición del problema

Las mujeres lojanas organizadas en la asociación ASOMANDEC, carecen de una organización y estructura empresarial, encaminada al uso eficaz de recursos y al aprovechamiento del potencial de mercado.

1.2.1 Causas.

- Inexistente estructura organizativa.
- Portafolio de producto variado y no clasificado.
- Desconocimiento de herramientas o técnicas administrativas para dirigir y organizar una empresa de textil.

1.2.2 Efectos.

Lento crecimiento empresarial de la Asociación de Producción Manos Decorativas. (ASOMANDEC).

1.3. Importancia e interés del tema

La importancia de crear una estructura organizacional, ayuda a la directiva fortalecer la asociación. Debido que la estructura es base de la organización de actividades de ASOMANDEC. Una buena estructura permitirá una mejor integración y coordinación de todos los integrantes. Al estar mejor organizados se logrará un mejor aprovechamiento de los recursos lo que a la larga se refleja una mayor productividad.

La producción en la empresa debe ser organizada y seguir o estandarizar flujos de procesos y anuales con el objetivo de optimizar uso de recursos humanos y materiales.

Es importante tener un plan de comercialización que permita buscar nuevas oportunidades para vender los productos y llegar de un modo eficaz a los clientes actuales y potenciales. Teniendo como objetivos principales aumentar las ventas anuales y la capacidad de producir, tomando en cuenta el posicionamiento dentro del mercado meta.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo General.

- ✓ Consolidar el modelo productivo en el sector textil de la asociación ASOMANDEC liderada por mujeres Lojanas.

1.4.2.1. Objetivos específicos.

- ✓ Desarrollar la estructura organizacional.
- ✓ Determinar el proceso productivo para fortalecer la producción.
- ✓ Organizar el sistema de comercialización para posicionar la marca.

1.4. Estructura del trabajo de titulación

El trabajo está dividido en los siguientes capítulos denominados:

- ✓ **Diseño de investigación mujeres lojanas desarrollando modelo productivo en el sector textil, año 2015.** En el presente capítulo se hará hincapié especialmente en los

antecedentes de ASOMANDEC. Para tener una mejor claridad a donde queremos llegar con la investigación planteada.

- ✓ **Desarrollo Organizacional de ASOMANDEC :** Se definirá la filosofía empresarial que corresponde a la elaboración de misión, visión, objetivos, se analizará la gestión de necesidades, se implementa el organigrama estructural el misma que se representa simplificada la estructura formal que posee una organización, se elaborará el manual de funciones donde se detalla los cargos, normas, tareas y responsabilidades que deben desarrollar para cumplir con las funciones que tienen las integrantes de la asociación, y por último se implementara el reglamento interno de la asociación donde se establecen normas que deben cumplir las asociadas.
- ✓ **Organización de la producción de ASOMANDEC:** Se diseña el flujograma de procesos que muestra gráficamente la transformación de la materia prima en producto terminado. También se implementa el manual de procesos en el que se detalla los procesos productivos que lleva a cabo la asociación.
- ✓ **Desarrollo comercial de ASOMANDEC:** Se establece la promoción de productos que ofrece la asociación, se elabora la marca de la asociación la misma que sirve para posicionar la marca en el mercado local y nacional, se propone un plan estratégico de marketing el mismo que sir para promocionar el producto.

1.5. Metodología.

La metodología que se utiliza para el desarrollo de los capítulos se muestra a continuación

Tabla 1. Metodología del desarrollo de los capítulos

Capítulo 1 Diseño de la investigación Mujeres Lojanas desarrollando modelo productivo en el sector textil, año 2015	Capítulo 2 Desarrollo Organizacional de ASOMANDEC	Capítulo 3 Organización de la producción de ASOMANDEC	Capítulo 4 Desarrollo Comercial de ASOMANDEC
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se realizó una investigación exploratoria debido a que no tiene un análisis previo sobre el objeto estudio de la asociación. Mediante la investigación se pudo definir los problemas, tanto como interno y externos. ➤ Para tener una visión clara de ASOMANDEC se utiliza el método inductivo, el mismo que se basa en la observación, el estudio y la experimentación de los sucesos reales para llegar a una conclusión. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se utiliza la investigación bibliográfica para profundizar los temas propuesto en el capítulo. ➤ De otra forma se utiliza el método de observación: Que se recoge la información directa a través de una entrevista con la directiva de ASOMANDEC. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se utiliza la investigación bibliográfica para reforzar los procesos de producción de esta manera tener una orientación clara de los procesos de los productos que elaboran ASOMANDEC. ➤ Investigación de campo donde se conoce internamente la producción. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Una investigación de campo ayuda a un análisis profundo del objeto de investigación ➤ Con el método deductivo que se aplica en el capítulo esto consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos y También sirve para descubrir consecuencias desconocidas ➤ Bibliográfica para orientar o reforzar en el tema planteado.

Fuente: Aporte personal

Elaboración: Nube Lucía Asitimbay

CAPITULO II

DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE ASOMANDEC

2. Desarrollo organizacional de ASOMANDEC

Este capítulo hace referencia a la importancia del desarrollo organizacional ya que permite el uso de recursos organizacionales para mejorar la eficiencia y expandir la productividad de ASOMANDEC, asociación liderada por mujeres lojanas emprendedoras en el sector textil.

2.1. Filosofía empresarial

ASOMANDEC propone la siguiente filosofía empresarial que identifica su misión, visión y valores corporativos; que muestra su razón de ser y su forma de operar.

2.1.2. Misión.

Asociación COMPROMETIDA en la industria textil. Con el fin de diseñar y producir prendas de vestir para lograr una sólida comercialización, reflejando una producción personalizada para la satisfacción de los clientes.

2.1.3. Visión.

Posicionamiento en el mercado local como una asociación exitosa y socialmente responsable, por su rapidez y flexibilidad de ofrecer productos textiles de calidad, precios cómodos, innovación, servicios mediante la coordinación de sus socios.

2.1.4. Valores corporativos.

- ✓ Lealtad hacia la organización y cumplimiento de su misión.
- ✓ Disciplina. La puntualidad de terminar el producto a tiempo.
- ✓ Perseverancia. Necesariamente requiere luchar todos los días en contra de las adversidades y problemas que se da internamente dentro de ASOMANDEC.
- ✓ Aprendizaje. La capacidad de nuevas habilidades para adquirir conocimiento para posteriormente utilizarlos en los procesos de producción.
- ✓ Transparencia y ética en la actividad productiva dentro de ASOMANDEC.
- ✓ Respeto mutuo entre las persona que conforman ASOMANDEC

2.2. Gestión de necesidades

Esto ayuda a identificar los problemas internos dentro de ASOMANDEC para obtener información se recurrió a una entrevista directa con la directiva para conocer sus necesidades de tal forma que se explica a continuación:

Las necesidades que afronta ASOMANDEC son las siguientes:

- Falta de maquinarias de última tecnología.
- Falta de una estructura organizacional organizado.
- Dificultad en el financiamiento.
- Falta de innovación tecnológica.
- No cuenta con una marca ni con el mismo ante el IEPI.
- Bajo poder de negociación con clientes.
- Ausencia de campaña publicitaria y uso de nuevas tecnologías.
- Falta de apoyo de instituciones públicas y privadas.

2.3. Organigrama estructural de ASOMANDEC

Para ASOMANDEC la estructura organizacional se diseña de acuerdo a los cargos y apropiado a las jerarquías respectivas que ayudará a la directiva a cumplir con sus objetivos

Según el artículo 9; del Acta de Constitución de ASOMANDEC; la estructura organizacional interna, se ejerce por los siguientes organismos que a continuación se explica en la figura 1. El documento completo se puede ver en él (anexo n° 1).

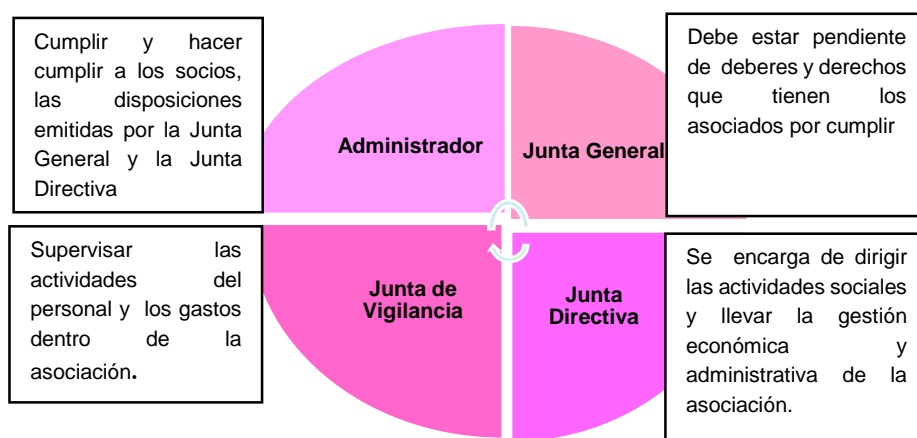


Figura 1. Clasificación general de los organismos de ASOMANDEC.

Fuente. Reglamento Interno de ASOMANDEC

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay.

Por lo tanto en la figura 2, se presente organigrama que reflejará la estructura específica; los distintos cargos y niveles de jerarquía con esto se pretende llegar a una comunicación efectiva y coordinada dentro de una organización. A continuación se presenta el organigrama actual.

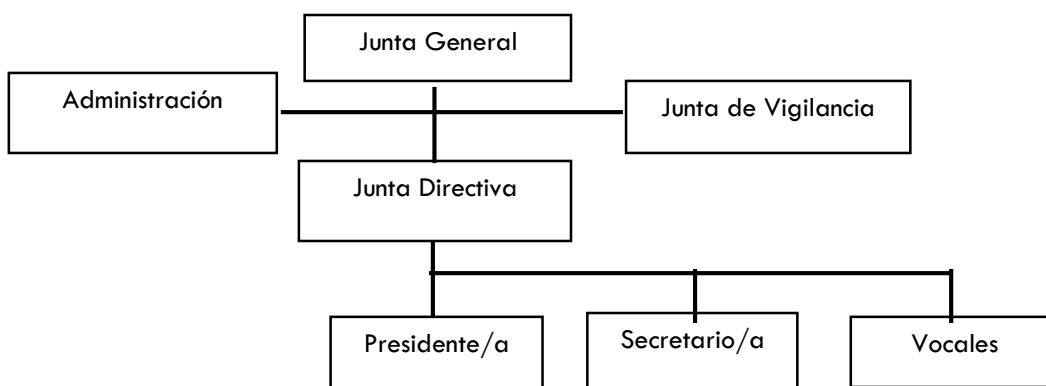


Figura 2, Estructura de ASOMANDEC
Fuente: Reglamento Interno de ASOMANDEC.
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Una vez presentado el organigrama actual será como una guía para elaborar la nueva propuesta de la estructura organizacional que se propone para ASOMANDEC, donde se refleja la forma de organizar y su relación.

A continuación se presenta la propuesta de un organigrama para el funcionamiento de ASOMANDEC

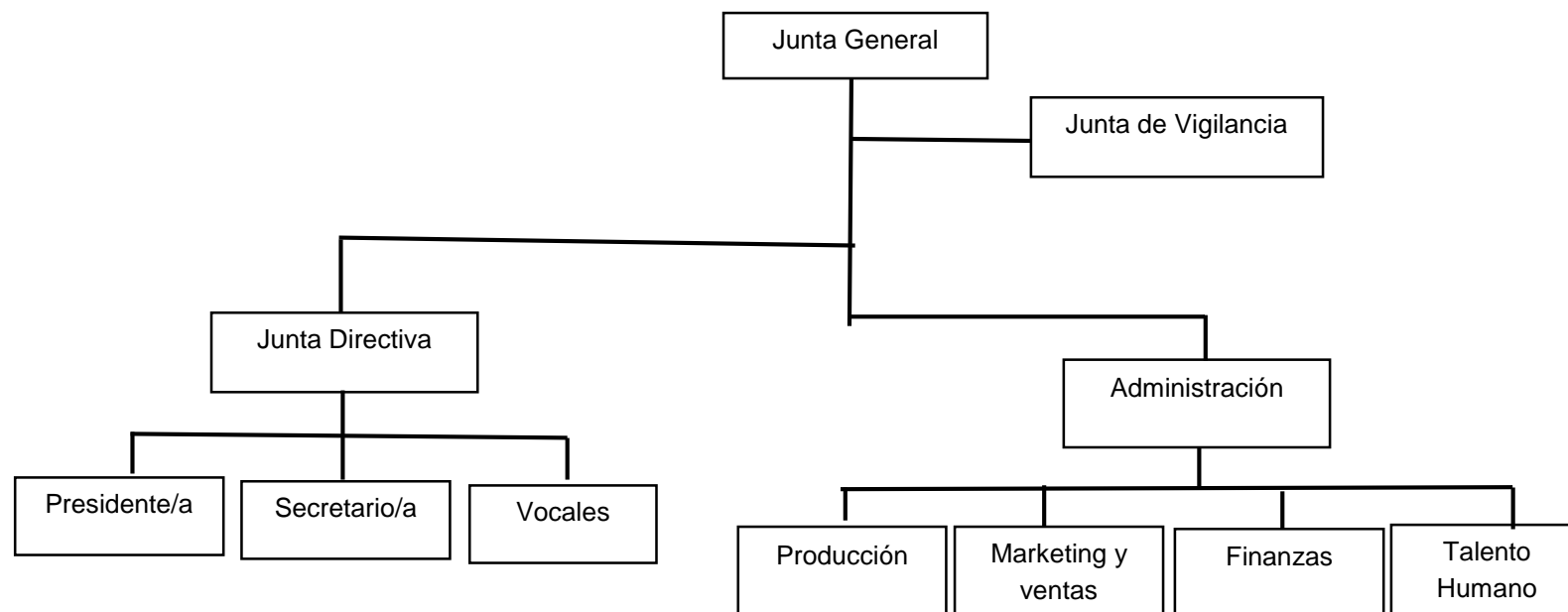


Figura 3. Estructura para el funcionamiento de ASOMANDEC
Fuente: Reglamento Interno de ASOMANDEC.
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

En base a la propuesta de una estructura para el funcionamiento se presenta el siguiente manual.

2.4. Manual de funciones de ASOMANDEC

El manual de funciones es importante ya que permite definir la estructura de ASOMANDEC, cargos que le conforman, así como funciones, responsabilidades, requisitos y relaciones jerárquicas, con la elaboración del manual se puede detectar fallas que se presenta con regularidad, evitando la duplicidad de funciones.

Es importante mencionar que ASOMANDEC no cuenta con personal suficiente que se dedique al área administrativa por lo tanto se elaborara un manual unificado de funciones que facilite el trabajo del único encargado de esta área.

Este manual sirve como un instrumento de trabajo que contiene el perfil y funciones que estará detallado en cada uno de los manuales para que tenga como guía para el desarrollo de sus actividades rutinarias, sin interferir en la capacidad intelectual de las socias de ASOMANDEC ya que esto ayudara a tomar las decisiones acertadas por la directiva. El documento completo se puede ver en él (anexo n° 2)

2.5. Reglamento Interno de ASOMANDEC

ASOMANDEC cuenta con un reglamento interno que sirve de ayuda para la administración del talento humano; está dividido en 9 títulos. El documento completo se puede ver en (Anexo N° 3).

A continuación se presenta la tabla resumen del reglamento.

Tabla 2. Títulos del Reglamento Interno de ASOMANDEC.

Primero.	La finalidad a que se va a dedicar la asociación y sus actividades principales.
Segundo.	Estarán especificados los principios de la asociación que tendrán que cumplir los asociados.
Tercero.	Constan de las actividades que llevara a cabo la asociación para tener una mayor productividad.
Cuarto.	Se refiere a los asociados que considera legalmente como asociados a la persona naturales que tengan aceptada su solicitud de ingreso por parte de la Junta Directiva, cumpliendo requisitos establecidos en el reglamento.
Quinto.	Especifica de la pérdida de calidad de los socios: se refiere a los socios que podrán solicitar en cualquier momento su retiro voluntario en la asociación. Esta petición deberá realizarse por escrito y deberá tratarse en reunión de la Junta Directiva que aceptará el retiro voluntario sin más trámites
Sexto.	Consta de la estructura de la organización Junta General de Socios que las reuniones están establecidas ordinaria y extraordinarias.
Séptimo.	Información general esto se refiere a la prohibición de dar detalles de la administración contable de la asociación.
Octavo	De la Reforma de los Estatutos y del Reglamento de Régimen Interno de los socios se trata de la modificación de estatutos o presente reglamento.
Noveno	La disposición general del certificado que fue realizado conforme a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.

Fuente: Reglamento Interno.
Elaboración: Nube Asitimbay

CAPITULO III

ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ASOMANDEC

3. Organización de la producción de ASOMANDEC

La organización de la producción de ASOMANDEC, permite dar orientación de cada proceso de producción, con la elaboración de flujograma y el manual de procesos. A continuación se muestra el diseño del flujograma de procesos.

3.1. Flujograma de procesos de ASOMANDEC

Es importante los flujograma dentro de la asociación, esto permite la visualización de las actividades y verificar la distribución del trabajo, sin sobrecargo para algunos mientras otros trabajan con mucha holgura.

Para conocer el proceso productivo que tiene ASOMANDEC, se realizó una entrevista a la directiva para elaborar la matriz BCG ya que es una herramienta importante para conocer los productos. El documento se puede ver en el (anexo nº 4). Los resultados de la a matriz BCG se detalla a continuación.






Tabla 3. Productos de ASOMANDEC.

Prendas que elaboran.	Tejido a mano.	Zapatos.
<ul style="list-style-type: none"> • Vestido de noche. • Lencería hospitalaria. • Ropa deportiva. • Pijama de dormir de niño y niña • Pijama de dormir para adultos. • Salida de baño. • Uniformes de colegio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bufandas. • Gorras de diferentes modelos. • Boleros. • Chompas. • Prendas asimétricas. 	<p>Zapato tejido a mano y variedad d colores.</p>

Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Nube lucia Asitimbay

Con la información de la tabla 3, se realiza el flujograma de procesos que lleva acabo ASOMANDEC, los símbolos será para la facilidad de identificación clara de cómo se lleva el proceso desde su inicio hasta el fin. A continuación se indica los símbolos que se utiliza.

Tabla 4. Símbolos para la realización del flujograma de procesos.

Inicio.	Operación.	Dirección del flujo.	Punto de dirección	Conector
				

Fuente: Gestión por procesos y creación de valor público: Un enfoque analítico
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

A continuación se explica; detalladamente cada uno de los procesos que lleva a cabo ASOMANDEC, para ello en la figura 4 se muestra el flujograma de confección de ropa.

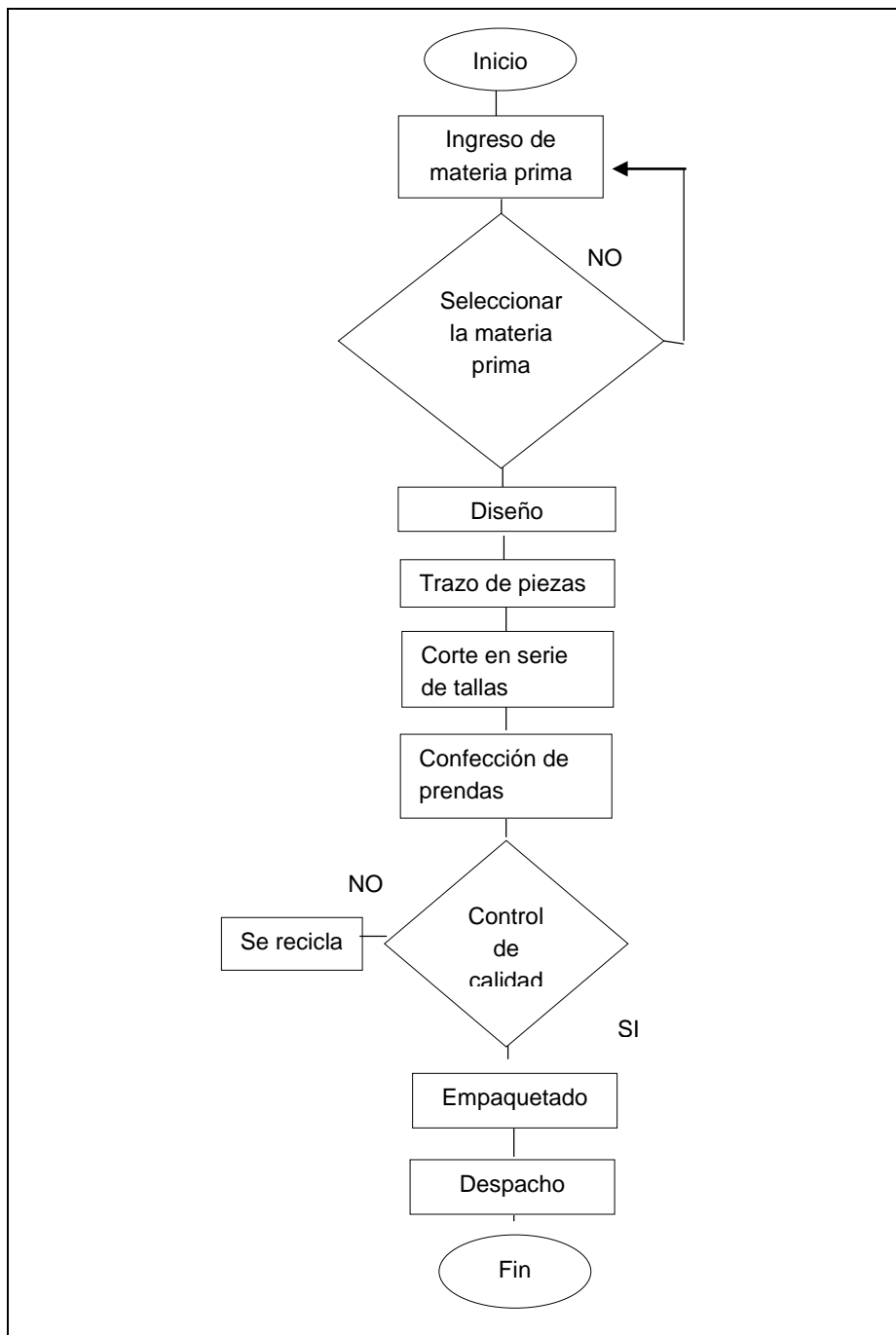


Figura 4. Flujograma de proceso confección de ropa
Fuente: Gestión por procesos y creación de valor público: Un enfoque analítico
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Como se ve en la figura 4 este proceso de producción pasa por las siguientes etapas que son:

1. Adquirir la materia prima necesaria para la producción, en este caso tela hilos, elástico, cierres, forro.
2. Se selecciona y se verifica la materia prima que este en óptimas condiciones. para elaborar la prendas.
3. En la tela se procede a realizar el diseño de la prenda, para luego cortarla.
4. Entrega el diseño cortado en piezas a las costureras, para que ellas procedan a unir las mismas en las máquinas y luego, colocar el elástico, forro, cierre o lo que sea necesario.
5. Ya con la prenda terminada se hace un control de calidad de cada uno de las prendas donde se verifica que se encuentre en excelente condiciones.
6. Luego las prendas son dobladas y empaquetadas para ser colocadas en el área de entrega (estantería) y proceder a entregar al cliente cuando este vaya a retirar

A continuación se presenta en la figura 5 el flujograma de procesos de tejido a mano donde permite demostrar la información detallada de la elaboración de la prenda para su acabado.

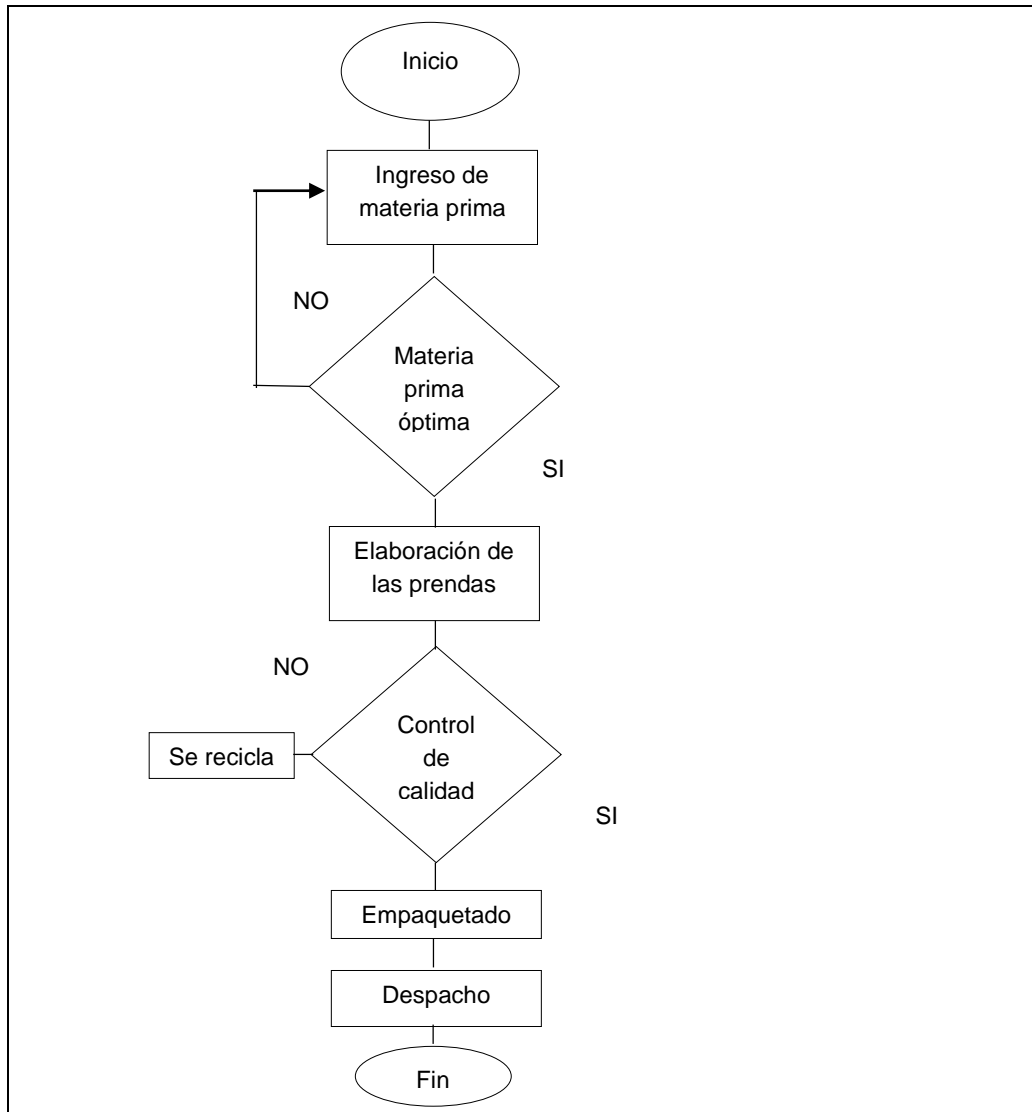


Figura 5. Flujograma de procesos de tejidos a mano
 Fuente: Gestión por procesos y creación de valor público: Un enfoque analítico
 Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Como se puede observar en la figura 5, el proceso de tejido a mano se realiza de la siguiente manera:

1. Inicia con la adquisición de la materia prima para la elaboración de los tejidos a mano.
2. Verificar que la materia prima llegue en óptimas condiciones para su elaboración de prendas.
3. Se elabora los distintos diseños de las prendas tejido a mano.
4. Verificar que el producto este apto para empaquetar y salir a la venta.

A continuación se presenta el flujo grama de procesos de calzado.

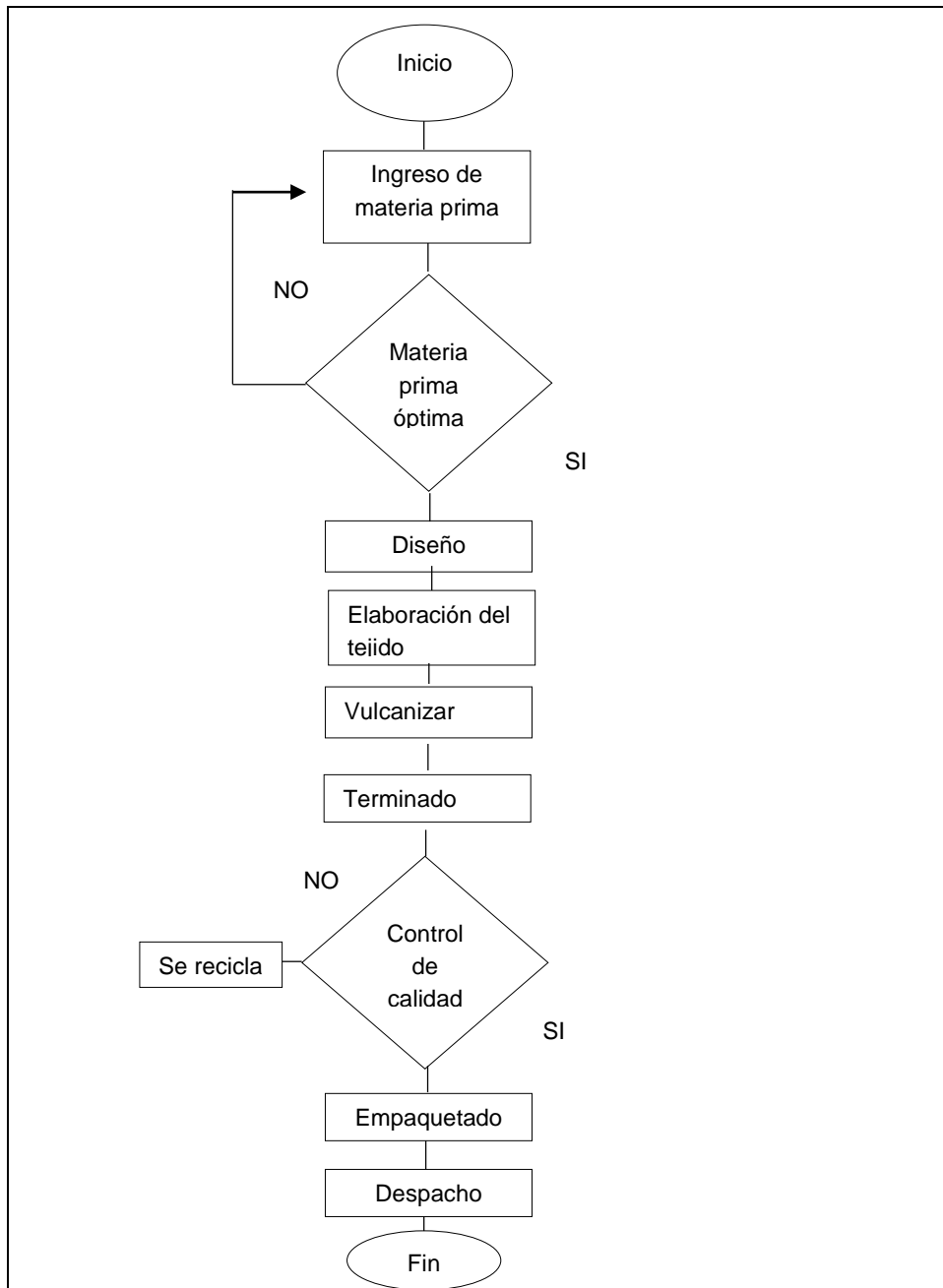


Figura 6. Flujograma de procesos de calzado.

Fuente: Gestión por procesos y creación de valor público: Un enfoque analítico.

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

En la figura 6 se muestra el siguiente proceso que se lleva a cabo de la siguiente manera:

1. Inicia con la petición de la materia prima la plantilla del calzado del zapato lo hacen a la industria ICALZALO.
2. Revisar que la materia prima llegue en óptimas condiciones para la elaboración del calzado.

3. Diseñar las distintas modelos de tejido a mano de los zapatos.
4. Se realiza el vulcanizado que va pegado el diseño del tejido del zapato en la plantilla.
5. Se hace un control de calidad del zapato que no tenga ninguna falla para el empaquetado y luego salga al almacén.

3.2. Manual de procesos de ASOMANDEC

Campos, (2005) afirma “que la norma ISO 9001 se toma como referencia el enfoque basado en los procesos, indicando que una organización necesita identificar, organizar y gestionar la red de procesos y su interfaces, y recomienda que los procesos estén sujetos a análisis y mejora continua, basado en evidencias objetivas”. (pág. 18)

Para realizar el manual de proceso de ASOMANDEC se utiliza el enfoque basado en procesos en la cual se presenta la entrada, realización del producto y la salida del producto que es la satisfacción de las partes interesadas

Para la elaboración del manual de proceso se aplica la metodología bibliográfica utilizando la norma ISO 9000 y la investigación de campo para conocer el proceso para la terminación de los productos.

Para el manual de procesos de la elaboración de las prendas de vestir estará compuesto por los siguiente:

1. Bodega de materia prima.
2. Área de trazado y corte.
3. Área de confección.
4. Área de planchado.
5. Área de control de calidad y terminado final
6. Comercialización

Para la confección de prendas tejido a mano y para la elaboración de calzado se utilizó las siguientes áreas

1. Bodega de materia prima.
2. Área de tejido
3. Área de terminado.
4. Área de comercialización.

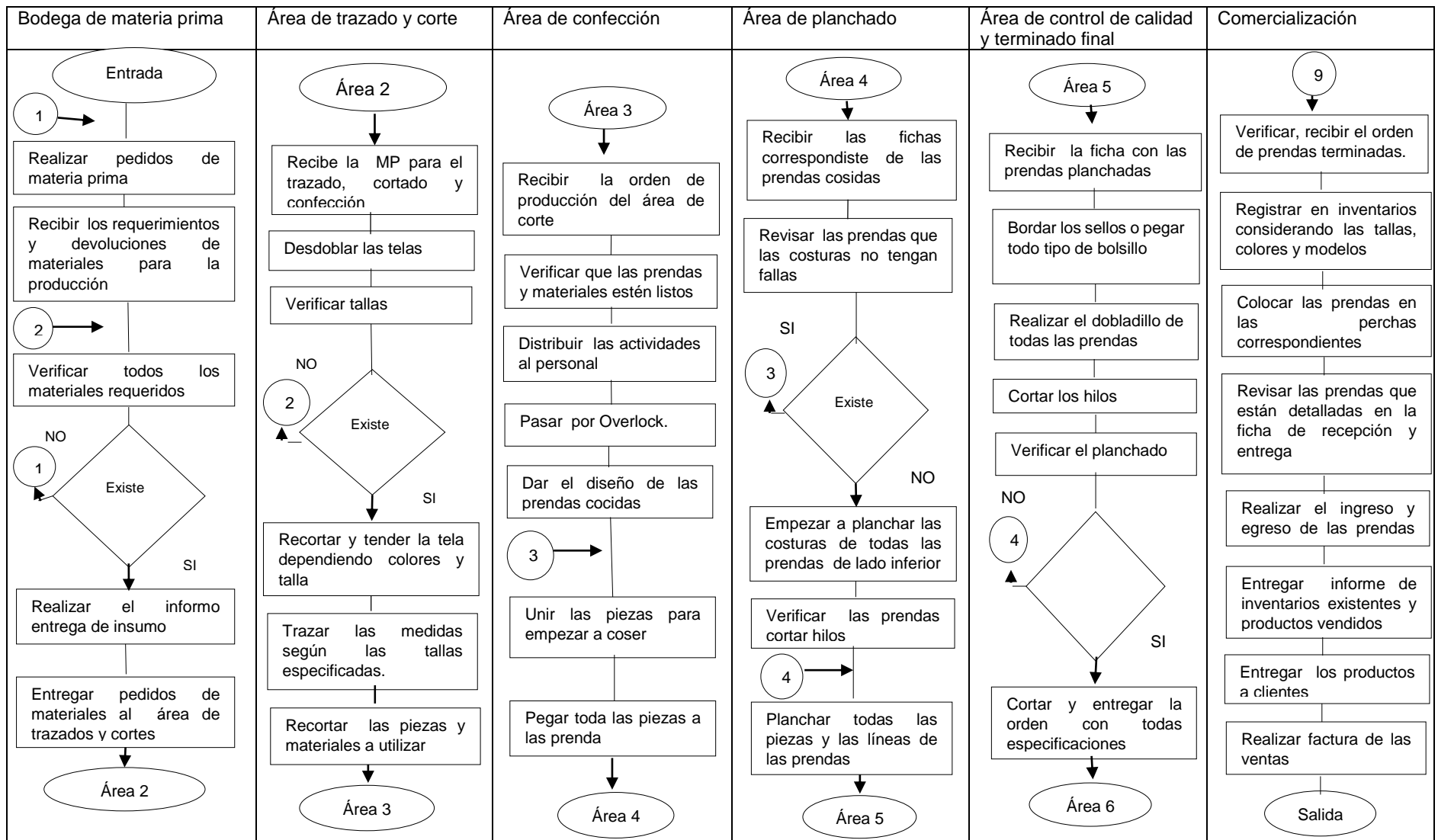


Figura 7. Manual de procesos de confección de ropa.
Fuente: ISO 9001
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

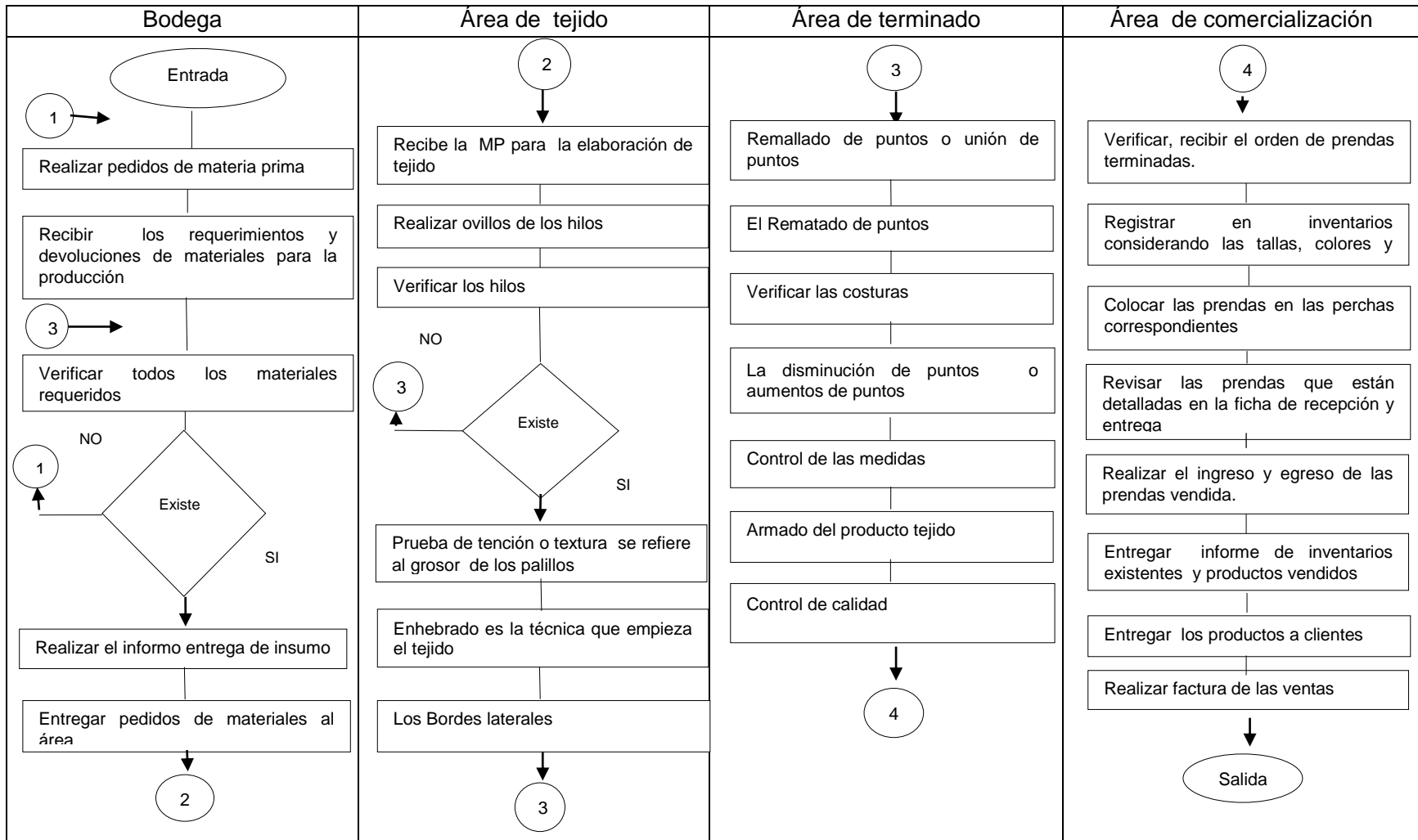


Figura 8. Manual de proceso de tejidos a mano

Fuente: ISO 9001

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

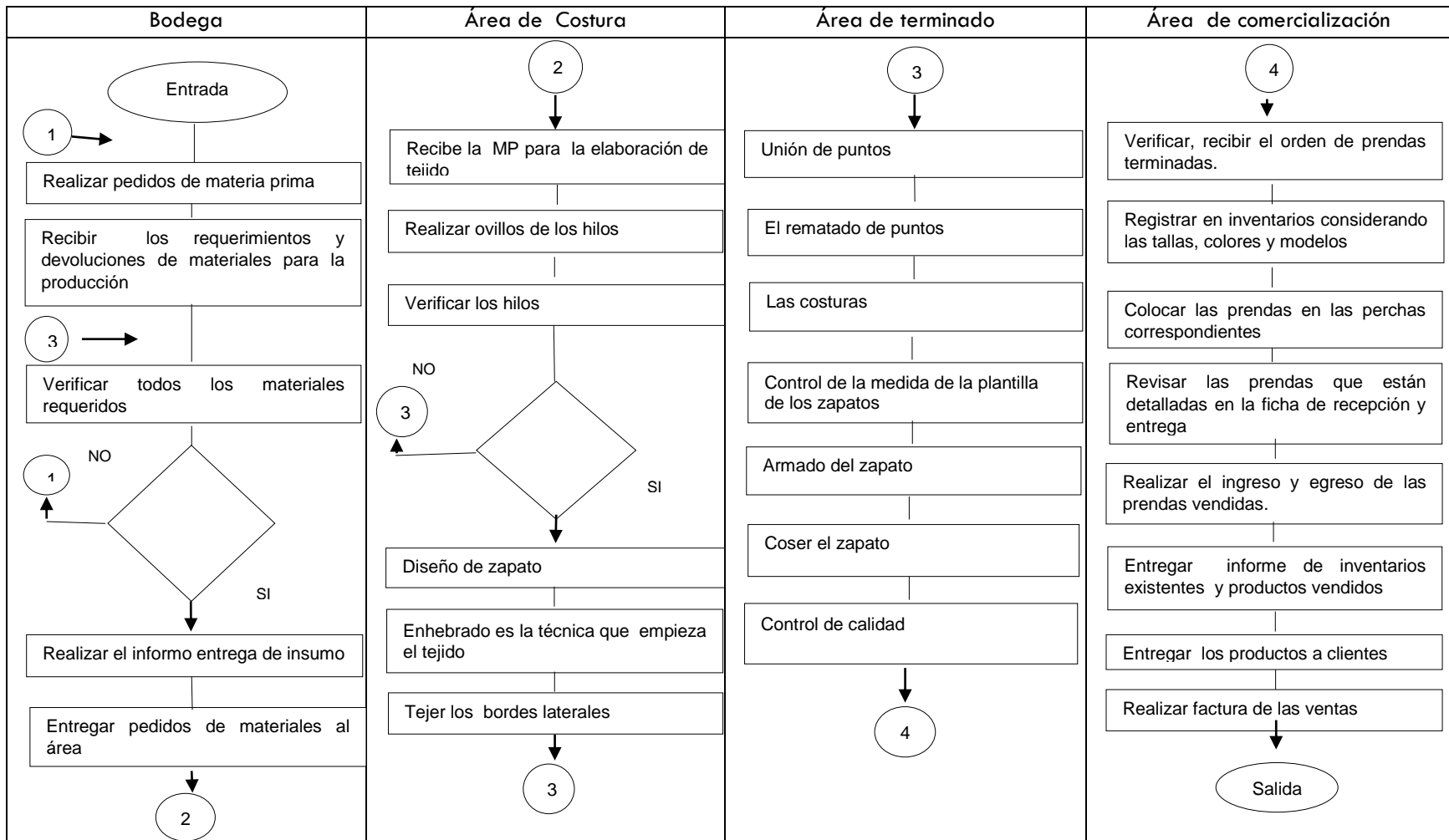


Figura 9. Manual de proceso de calzado.

Fuente: ISO 9001.

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay.

CAPITULO IV

DESARROLLO COMERCIAL DE ASOMANDEC

4. Desarrollo comercial de ASOMANDEC

El desarrollo comercial en ASOMANDEC permite promocionar sus productos y entrar en contacto en mercado local e internacional.

4.1. Promoción del producto

La promoción de “ASOMANDEC” se realizara a través del plan estratégico de marketing utilizando las siguientes para cumplir con este propósito se utiliza catálogos, pagina web, tarjetas, drípticos, mediante esta estrategia se desea llegar al mercado.

Por otra parte, se destaca que ASOMANDEC viene dando a conocer por una buena relación pública con los clientes en donde participan en ferias o desfile de moda para ofrecer sus productos y llegar a un acuerdo entre el cliente y la asociación, la cual es una ventaja porque se genera confianza hacia los clientes y hace que ASOMANDEC sea reconocida en el mercado como un proveedor confiable.

A continuación se hace un análisis del textil en Ecuador para saber cómo está el mercado de la industria textil en Ecuador.

Marco referencial

El sector textil Ecuatoriano; ha venido realizando esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfaga la demanda internacional. A medida que fue creciendo la industria textil, también aumento la diversificación de sus productos, convirtiendo a los hilados y tejidos como los principales en volumen de producción; sin embargo en los últimos años se ha intervenido la elaboración de prendas de vestir y lencería de hogar. A continuación se presenta una segmentación de la industria textil. (ECUADOR, 2012)

La industria textil se establece como un sector dinámico debido a que en 2014 registra un crecimiento de 4,30% respecto al año anterior y representa el 0,9% del PIB nacional y el 7,24%del PIB manufacturero.

Además de su importancia económica esta industria se constituye como uno de los sectores más influyentes dentro del mercado laboral ya que según estimaciones de la Asociación de Industria Textil del Ecuador (AIT) la industria genera alrededor de 50.000 plazas de empleo directas y más de 200.000 indirectas lo que ha llevado a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea luego del sector de alimentos, bebidas y tabacos. (EKOS, 2015)

Tabla 5. Índice de la industria textil en Ecuador.

Industria textil del Ecuador por Provincias	%	Producto	Zona
Imbabura.	45.99%	Fajas en telar de cintura y pedal, manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño, tejidos autóctonos	Antonio Ante, Coracachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuqui,
Chimborazo	15.02%	Ponchos, teñidos, alfombras de guano, fajas, cintas para envolver cabello,	Alausi, Chunchi, Colta, Guamate, Penipe y Riobamba
Azuay	11.65%	Tejidos, ponchos, macanas, cobijas, pantalones, blusas, chompas bordadas, polleras.	Que produce los distintos talleres del Azuay.
Carchi	10.83%	El tejido de cobija, saco de lana, gorras, guantes,	Mira, Espejo y Montufar.
Tungurahua	5.15%	Tapices hecho en telares de pedales, shigras de lana de borrego, poncho y sombrero de paño.	Ambato, mocha, Pelillo, Quero.
Otros.	0.14% 1,36%	Saco de lana, shigras, ponchos, bayetas.	Guaranda, Parroquia Salinas.

Fuente: Pro Ecuador, 2012.
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

A continuación se presenta en la figura del sector textil en Ecuador.

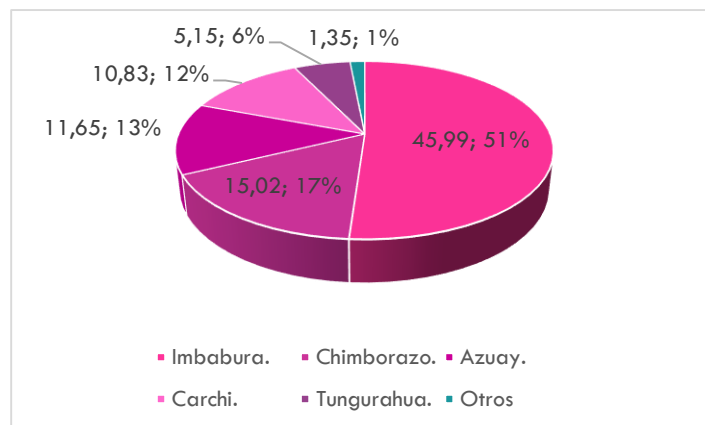


Figura 10. Industria textil del Ecuador por provincias
Fuente Pro Ecuador
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Mediante la figura 10, se visualiza que el 45,99% de la industria textil se encuentra en la Provincia de Imbabura debido a que tiene una mayor participación productiva de la zona,

mientras tanto 1.35% representa otras provincias que tiene poca participación de las zonas para el desarrollo productivo de la industria textil.

Después de haber realizado un análisis de la industria textil de Ecuador se procede a elaborar un plan estratégico de marketing con esto se busca usar todas las herramientas de publicidad para lograr posicionamiento en la mente del consumidor.

Con las cinco etapas de un plan de marketing se prioriza aquellos productos textiles que tenga una mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que se va a dirigir, definir el posicionamiento de la marca en la mente del consumidor y trabajar de forma estratégica a las diferentes variables que forman el marketing mix, producto, precio, distribución y comunicación

A continuación se presenta los cinco pasos del plan estratégico de marketing.

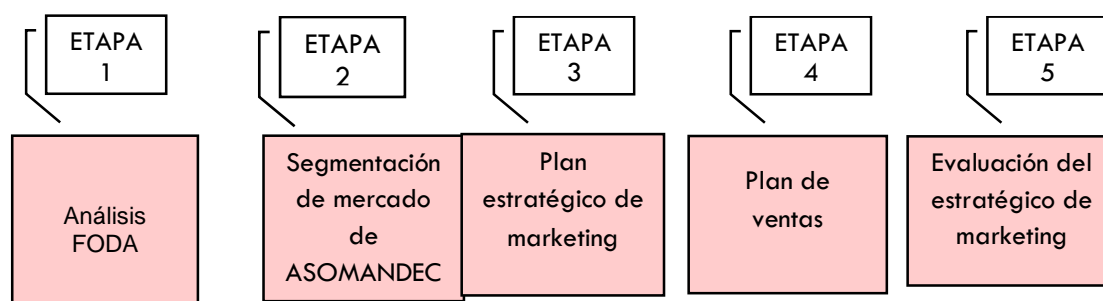


Figura 11. Los cinco planes estrategias del marketing.
Fuente: Marketing estratégico.
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Con el conocimiento de lo que se va a desarrollar en el plan estrategia de marketing, esto permite que ASOMANDEC pueda actuar de forma planificada y coherente para satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir un beneficio mutuo.

A continuación en la figura 12 se explicara lo que se va a realizar dentro del plan estratégico de marketing que será útil para conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente reconocido de sus productos que elaboran ASOMANDEC.

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA ASOMANDEC

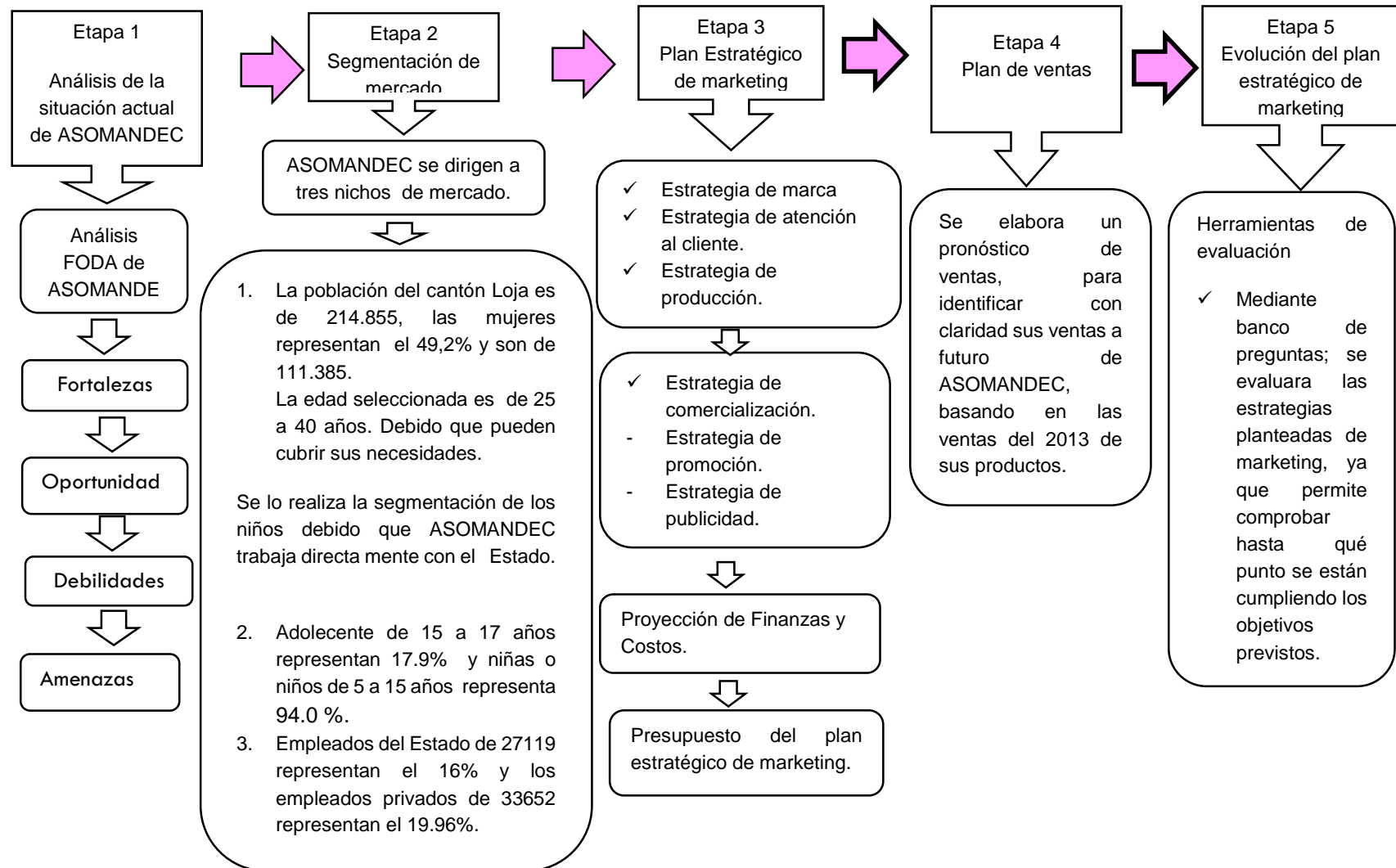


Figura 12. Plan estratégico de marketing para ASOMANDEC.
 Fuente: el plan de marketing en la práctica.
 Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Una vez desarrollado la estructura del plan estratégico de marketing para ASOMANDEC, se procede a explicar sus partes:

4.2. Desarrollo de las etapas del plan estratégico de marketing

A continuación se explicara todo lo que consiste en tener un plan estratégico de marketing utilizando el material necesario para posicionar la marca.

4.2.1. Etapa 1: Análisis FODA.

El FODA permite identificar los problemas internos como externos dentro de ASOMANDEC y de esta manera afrontar la situación positiva como negativa.

Tabla 6. Matriz FODA de ASOMANDEC.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuenta con local propio. ➤ Cuentan con conocimiento y experiencia para elaborar diferentes tipos de productos. ➤ Interés de las socias en participar en eventos y ferias. ➤ Es un grupo consolidado y solidario entre socias. ➤ La experiencia de participación en el mercado les permite desarrollar productos acorde a la exigencia del consumidor. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabaja con organismo del Estado, como el MIES, IEPS, Ministerio de educación. ➤ Diversidad de eventos, ferias y exposiciones relacionadas con la industria textil. ➤ Participa en ferias organizada por el Consejo Provincial de Loja. . ➤ Tiene una mayor acogida por las entidades públicas para la contratación de elaborar uniformes
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de maquinarias de última tecnología. ➤ Falta de estructura organizacional definida. ➤ Falta de innovación tecnológica. ➤ No contar con una marca registrada. ➤ Bajo poder de negociación con los clientes. ➤ La ausencia de campañas publicitarias. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los impuestos arancelarios. ➤ Amenaza de posibles competidores. ➤ La presencia de nuevas asociaciones productoras y comercialización de ropa textil nacional. ➤ La restricción en las importaciones impide que las asociaciones cuente con nueva maquinaria y de importarlas, resultará muy costosos.

Fuente: Fundamentos de Administración

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

A continuación se presenta la segmentación de mercado de ASOMANDEC.

4.2.2. Etapa 2: Segmentación de mercado.

El mercado meta de ASOMANDEC, está enfocado a las mujeres del Cantón Loja según el estudio realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) la población del cantón Loja es de 214.855 habitantes, 48.8% corresponde a las mujeres, es decir 111.385. Se considera a los niños de 15 a 17 años que representa 17.9% y de 5 a 15 años representa 94,0% debido que ASOMANDEC tiene contrataciones con el ministerio de educación. También se considera a los empleados del Estado que es de 271.19 que representa el 16% y los empleados privados de 33.652 que corresponde al 19,96% (INEC, 2010)

Se toma como referencia a la población femenina del cantón Loja, debido que los productos tienen una mayor aceptación por la parte femenina. A continuación se detalla la segmentación.

Tabla 7. Segmentación de mujeres

Estado conyugal	Porcentaje	Cantidad
Casada	41.20%	45891
Soltera	38.80%	43217
Unida	8,70%	96,90
Viuda	6.30%	7017
Separada	2.60%	28.96
Divorciada	2.40%	2673
Total	100%	111385

Fuente: INEC Población

Loja

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

En la tabla 7, se muestra la segmentación de mercado de las mujeres que compran los productos, que buscan, cuáles son sus necesidades. ASOMANDEC pretende satisfacer esas necesidades que demande sus clientas de manera eficiente para que ellas se sientan satisfecha de los productos que ofrece.

A continuación se presenta la segmentación de las niñas o niños del cantón Loja.

Tabla 8. Segmentación de las niñas o niños

Mercado meta	Edad	Nivel de Instrucción	Uniformemos entregados en el 2015/2016			Cantidad	Precios	Total
Niñas o Niños	15 a 17	77,99%	Costa	Hombres	16852	118	25,62	3023,2
	15 a 14	94.0 %		Mujeres	15861			
			Sierra	Hombres	12701			
				Mujeres	11953			

Fuente: Ministerio de Educación y INEC

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

En la tabla 8, se hace una segmentación a las niñas o niños de la Ciudad de Loja por ser parte del mercado meta y son los consumidores finales, debido que el Ministerio de Educación Contrata a ASOMANDEC para elaborar los uniformes de las niñas o niños que está en la región Sierra y Costa por esta razón se elabora los uniformes en dos periodos al año, para la Sierra elabora en el mes de agosto, el total para los hombres es 12701, para las mujeres 11953 uniformes que se lo realiza y para la Costa se elabora un total de 16852 que pertenece a los hombres, para las mujeres 15861. De las cuales la asociación cubre una parte de la demanda que es de 118 kit escolares, debido que hay otros proveedores que están registrados en el programa Hilando el desarrollo.

A continuación se presenta la segmentación a los empleados privados y del Estado

Tabla 9. Segmentación de los empleados privados y del Estado

Ocupación	Sexo	Total de personas ocupadas	% de trabajan de los lojanos	Cantidad	Precios	TOTAL
Empleados privados	Hombres	21261	19,96%	485	60,00	29100,00
	Mujeres	12391				
Empleados del Estado	Hombres	15441	16,00%	1234	358,00	441772,00
	Mujeres	11678		177	284,00	50268,00

Fuente: INEC

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

En la tabla 9, es otra meta de segmentación de mercado de ASOMANDEC, debido que percibe contrataciones para la elaboración de uniformes para los empleados privados se puede visualizar en la tabla que los hombres representan 21261 de las cuales la asociación participa para elabora los uniformes una parte no cubre todo el mercado por ello realiza la cantidad de 485. Igualmente para las mujeres del 12391 de las personas ocupadas ellas cubre una parte de la demanda. Por el motivo que participan otras asociaciones para la elaboración de uniformes.

Para los empleados del estado para los hombres ocupados representa 15441 ASOMANDEC elabora uniformes representando una parte de la demanda la cantidad de 1234 y para las mujeres del estado que están ocupadas es 11678 la cual la asociación participa elaborando los uniformes la cantidad de 177 que cubre una parte de la demanda debido a que se tiene otras asociaciones trabajando en lo mismo.

Una vez identificado la segmentación para ASOMANDEC, a continuación se explicara la etapa 3 que es el plan estratégico de marketing que se lleva acabo para la promoción del producto y sus costos de producción.

4.2.3. Etapa 3: Plan estratégico de marketing.

Tabla 10. Plan estratégico de marketing

<i>Estrategia de plan de marketing</i>	
Estrategia de logotipo.	Para lograr un verdadero reconocimiento del producto y por lo tanto, que existan mayor posibilidades de penetrar al mercado es el desarrollando del logotipo de ASOMANDEC ver en el (anexo n° 5)
Estrategia de atención al cliente:	Ser honesto y transparente con el cliente, cumplir con los plazos de entrega, tratar al cliente como si fuera un amigo, demostrar una totalidad seguridad sobre los productos que se ofrece. Cuidar su imagen tanto como la asociación y su producto.
Estrategia de producción:	Esto permite que la directiva de ASOMANDEC identifique sus proveedores para así realizar órdenes y pedidos de materias primas mientras mayor sea su pedido mejores descuentos se puede obtener en los precios, entre los productos de compra están: maquinaria, telas, hilos, agujas, plantilla de zapato, tela, botones, cierres
Dentro de la estrategia de comercialización se plantea las siguientes opciones	El uso de las redes sociales: Permita brindar información de ASOMANDEC y promocionar. Es una herramienta que hoy en el día es de gran utilidad ya que muchos negocios tienen presencia en el internet ver en el (anexo n°6)
	Con los catálogos físicos: Se muestra la gama de productos textiles elaborados por ASOMANDEC. Se pretende llegar a todas las personas que desconocen sus productos, o si los conocen informarse con detalles de los nuevos diseños ver el (anexo n° 7)
	Participación en ferias: Al participar en ferias genera muchas oportunidad como: dar a conocer nuevos productos, potenciar la marca, reforzar los contactos con clientes habituales, observar la competencia, abrir nuevos mercados ver en el (anexo n° 8)
	Estrategia de promoción: Para la promoción se diseña cupones de descuento; ya que es una motivación extra que se puede adquirir por cada compra mayor a \$50 dólares se proporciona un cupón del 5 % para la próxima compra ver en el (anexo n° 9)
	Estrategia de publicidad: Hoja volante: Sirve para persuadir a los clientes reales y potenciales para que visite a ASOMANDEC, donde se detalla la gama de productos ver en el (anexo n° 10)

	<p>Dríptico: Contiene una breve descripción de ASOMANDEC y la gama de productos debido que es una manera más fácil de hacer llegar la información al cliente ver en el (anexo n°11)</p>
	<p>Estrategias de relaciones publicidad: Permite conectar de una manera directa con el público el objetivo para ello se lo realiza una tarjeta de presentación, esto ayudara recordar al cliente la información de la asociación, así mismo sirve para crear una imagen satisfactoria ver en el (anexo n °12)</p>
Proyección de finanzas y costos	<p>Finanzas: Se realizara un flujo de caja que permita conocer con detalle sus ingresos y egresos ocurrido durante un año 2015 al 2017. En base a la proyección realizada de acuerdo a los valores de ASOMANDEC se presenta el flujo de caja positivo tomando en cuenta el incremento de las ventas ver en el (anexo n°13)</p>
	<p>Costos: es importante conocer y analizar los costos de producción, porque proporciona la información necesaria para el estudio de alternativas o para la toma de decisiones futuras para tomar medidas correctivas ver en el (anexo n °14)</p>
Presupuesto	<p>Se elabora un presupuesto de ingresos de gastos que se llevara a cabo para la realización de las distintas actividades que se utiliza para promocionar los productos de ASOMANDEC ver en el (anexo n °15).</p>

Fuente: Aporte de la autora
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay.

4.2.4. Etapa 4: Plan de ventas.

Se elabora un pronóstico de ventas basada en los totales de ventas del 2013 que es de \$8061,00 y el 2014, fue de \$8227,00 entonces para calcular se toma el total de año mayor y se divide para el año menor de esta forma = $8227,00 / 8061,00 = 1.0206$ este valor se multiplicara para los años siguientes ya que su incremento es lineal, por lo tanto para sacar el total de crecimiento de los años se lo realiza de la siguiente manera = $8227,00 \text{ ventas del } 2014 / 8061,00 \text{ ventas del } 2013 = 1.0206 - 1(100) = 2\%$ que es el incremento de las ventas

Para obtener los resultados se lo aplica la siguiente formula:

$$M = C(1 + i)^n$$

$$8061,00 = 8227(1 + i)^1$$

$$(1 + i)^1 = 8061,00 / 8227$$

$$I = 0,9798 - 1$$

$$I = 0,02$$

$I = 0,02 \times 100 = 2\%$ que es el incremento de ventas para cada año

Tabla 11. Pronóstico de ventas

PRODUCTOS	AÑOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Chompa Tejida	1645	1679	1713,59	1748,89	1784,91	1821,68
Bufanda	1097	1119	1142,05	1165,58	1189,59	1214,09
Gorra	1097	1119	1142,05	1165,58	1189,59	1214,09
Chambras Escarpines	274	280	285,77	291,65	297,66	303,79
Ponchos	1371	1399	1427,82	1457,23	1487,25	1517,89
Boleros tejidos	658	672	685,84	699,97	714,39	729,11
Camiseta	1919	1959	1999,36	2040,54	2082,58	2125,48
VENTAS TOTALES	8061	8227	8396,48	8569,44	8745,97	8926,14
Total de Incremento de Ventas	2%		2%	2%	2%	2%

Fuente: Presupuestos Planificación y control

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

4.2.5. Etapa 5. Evaluación del plan estratégico de marketing.

Se propone a la directiva evaluar el plan estrategias de marketing propuestas, ya que permite medir los resultados obtenidos, comparando las ventas efectuadas antes y después de la aplicación del plan estratégico de marketing. Por esta razón se planteara las siguientes preguntas ver en el (anexo N °16)

La evaluación del plan estratégico de marketing comienza ya en la fase de ejecución de este, mediante la revisión del cumplimiento de las expectativas marcadas. No debe realizarse solamente una vez al año, sino diariamente, semanalmente, mensualmente. Debido que esto permite a efectuar las correcciones oportunas en caso de que se detecte desviaciones en relación a los objetivos previstos.

Luego de haber realizado la propuesta del plan estratégico de marketing, con la finalidad de incrementar las ventas de ASOMANDEC a través de las herramientas de publicidad que ayudara a la asociación a mejorar su posicionamiento satisfaciendo las necesidades de sus clientes.

A continuación se explica cómo se elabora la marca para ASOMANDEC.

4.3. Elaboración de marca

Para seleccionar la identidad de la marca, se basa en los siguientes criterios:

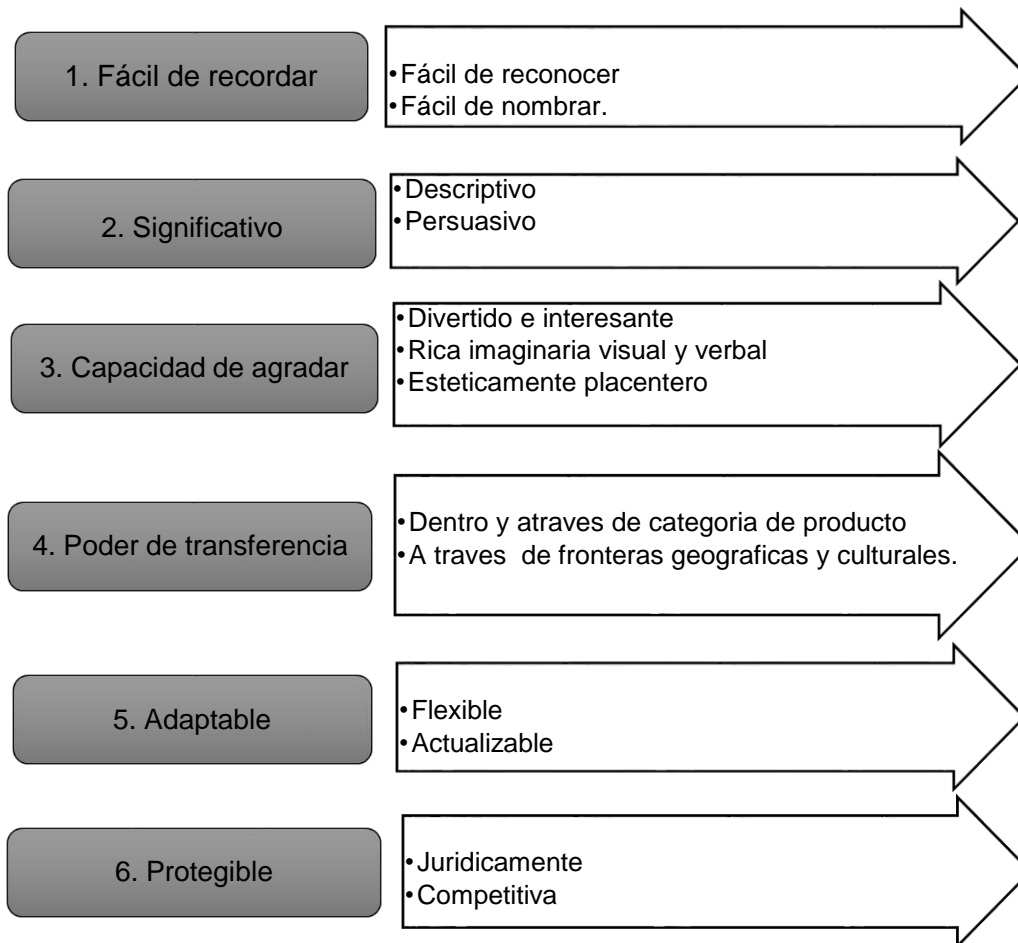


Figura 13. Identidad de la marca

Fuente: Estrategias de Marketing un enfoque basado en el proceso de dirección.

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Para la elaboración de la marca se tomó como referencia los seis criterios antes expuestos y con la colaboración de la directiva de ASOMANDEC se estable la marca "AZUL" esto será utilizado como una estrategia de marca única, que consiste en poner el mismo nombre en todos los productos

que elabora ASOMANDEC. Esta estrategia tiene unas considerables ventajas: confiere a la marca una mayor notoriedad y reconocimiento en el mercado, ahorro en la inversión de publicidad y promoción, permite que el lanzamiento y defunción de los nuevos productos sean más rápido. A continuación se presenta el diseño de la marca.



Figura 14. Marca de ASOMANDEC

Fuente: Barricadas

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Es importante identificar las ventajas y desventajas de tener una marca registrada, esto permite la posibilidad de encontrar un producto que satisfaga mejor sus necesidades. A continuación se presenta las siguientes ventajas:

Tabla 12. Ventajas de la utilización de la marca azul

Ventajas para el vendedor	Ventajas para el comprador
<ul style="list-style-type: none"> • Facilita la gestión interna de pedidos y reclamaciones. • La marca ayuda al vendedor a diferenciar el producto y a segmentar al mercado. • Facilita las actividades de comunicación. • La marca proporciona al vendedor la oportunidad de fidelizar a los clientes, y con ello dota a la empresa de una mayor libertad en el manejo del precio. • Protege al innovador, en particular, y, en general, a cualquier empresa de la imitación de la competencia. • Proporciona una plataforma para el crecimiento por la vía de la extensión de la línea y la extensión de la marca sin tener que incurrir en elevados costes. En suma, puede convertirse en la base del desarrollo de las cualidades de un nuevo producto. • Añade valor financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes ven simplificados su proceso de reconocimiento de los productos. • El fabricante está identificado ante el deseo de repetir la compra o la necesidad de trasladar alguna queja y esto puede generar confianza en la compra y el consumo • El consumidor repiten la compra de una marca; ve reducida la incertidumbre en el proceso de decisión de compra y se garantiza ciertas homogeneidad en los niveles de calidad. • Poseen un valor emocional que influye en la satisfacción con uso o consumo

Fuente: Estrategias de Marketing un enfoque basado en el proceso de dirección

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

En el último apartado se diseña el sistema de comercialización para ASOMANDEC, esto permite dar una visión clara de cómo llega el producto al consumidor.

4.4. Diseño de sistema de comercialización

Para la comercialización de ASOMANDEC se elabora dos tipos de canales de ventas que son: directas o indirectas, a través de estos dos canales se desea conseguir clientes para aumentar sus ventas y tener mayor demanda de sus productos. A continuación se presenta el diseño de los sistemas de comercialización:

4.4.1 Ventas Directas.

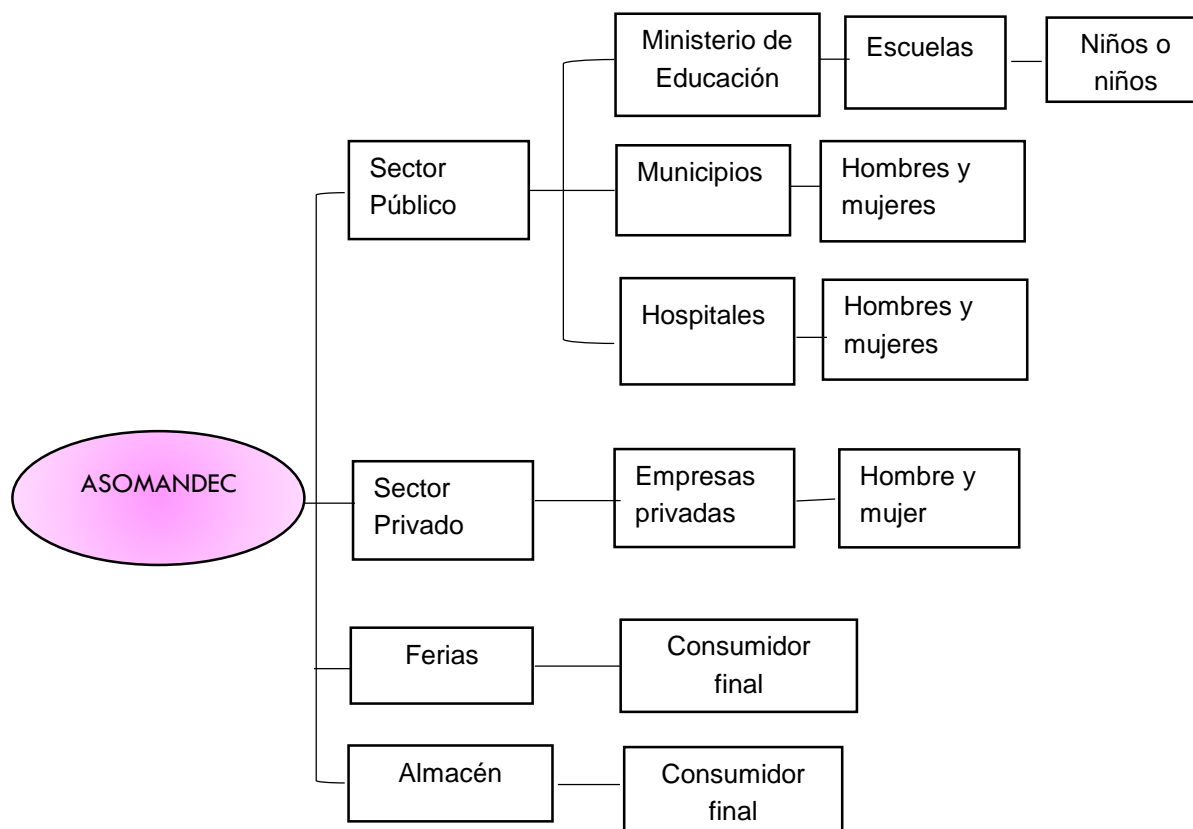


Figura15: Diseño de sistema de comercialización directa

Fuente: Canales de Comercialización

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Tabla 13. Plan de Ventas Directas

Sector público	Sector privado	Ferias	Almacén
<p>ASOMANDEC Confecciona los kit estudiantil para entregar al.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Ministerio de Educación quien es responsable de distribuir a las distintas escuelas.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>La directiva de las escuelas hace llegar los kit estudiantil a los niños.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Por esta razón los niños llega a ser los consumidores finales de los kit estudiantil</p> <p style="text-align: center;">ASOMANDEC Confecciona los empleados del municipio.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>El consumidor final serán los hombres y mujeres que trabaja en el municipio</p> <p style="text-align: center;">ASOMANDEC Confecciona los empleados del hospital</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Que su consumidor final serán hombres y mujeres que traba en el hospital</p>	<p>ASOMANDEC confecciona uniformes para empleados privados</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Los consumidores finales serán hombres y mujeres que trabajan en empres privadas</p>	<p>ASOMANDEC</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Para tener mayores ventas de sus productos la asociación participa en ferias locales debido que es una de las herramientas más valiosas para encontrar nuevos clientes e incluso posibles socios.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>ASOMANDEC mediante la participación de ferias llega al consumidor final de manera directa.</p>	<p>ASOMANDEC</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>La presencia de contar con su propio local las personas brinda confianza y ayuda a establecer vínculos personales con los clientes.</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>Con las ventas directas ASOMANDEC, permite asegurar de que los productos serán entregados en buenas condiciones o de poder ofrecer un buen servicio o atención al cliente.</p>

Fuente: Estrategias de Marketing un enfoque basado en el proceso de dirección
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

4.4.2 Ventas Indirectas.

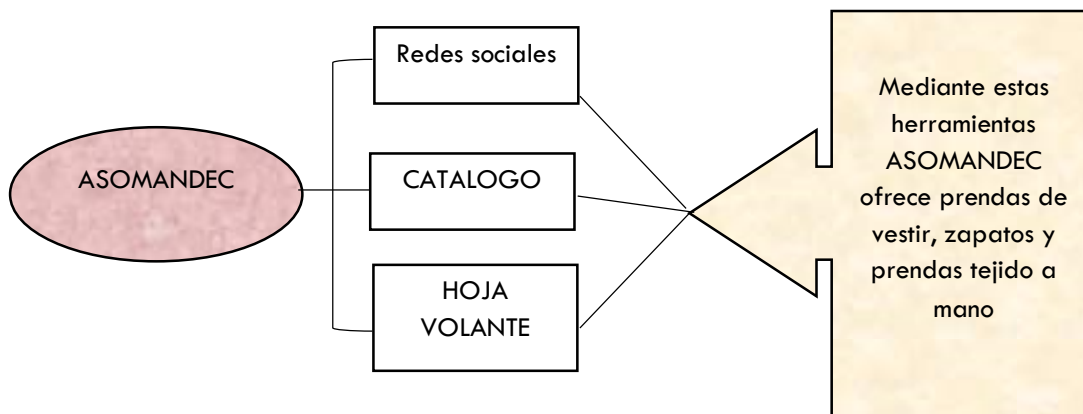


Figura16: Diseño de sistema de comercialización Indirecta

Fuente: Canales de Comercialización

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Ventas Indirectas

Con la unificación de estas herramientas se pretende llegar al cliente de una manera indirecta.

Con la creación de redes sociales: facebook, blog, pinterest. Tiene la posibilidad de desarrollar el negocio en cualquier parte de la localidad, a través de la tecnología puede llegar a una mayor parte del mercado y aumentar los “clientes” potenciales. A continuación se detalla cómo poder ganar clientes mediante las redes sociales.

- Darse a conocer la dirección de la asociación.
- Subir catálogos online.
- Publicar sus descuentos de los productos.
- Subir en sus páginas web las participaciones en ferias locales y
- Los eventos que realiza como son desfile de modas y lanzamiento de sus nuevos productos

Aprovechando de los distintos eventos que ASOMANDEC realiza se entregara hojas volante, drípticos, tarjetas o catalogo físico al hojearlo, lo visto quedará en la memoria del cliente de forma mucho más intensa.

CONCLUSIONES

Mediante la investigación del presente trabajo se obtuvieron las siguientes conclusiones.

- ASOMANDEC es una organización sin fines de lucro que busca fortalecer la producción de textiles en la ciudad de Loja y con ello mejorar las condiciones de vida de sus socias.
- ASOMANDEC cuenta con un reglamento interno y con talento humano con experiencia en la elaboración de textiles y artesanías, la administración se encuentra bajo la responsabilidad de las socias actualmente posee una filosofía empresarial definida y con manual de funciones que permite un mejor desarrollo de las actividades.
- ASOMANDEC elabora diferentes tipos de productos textiles y artesanía para ello se diseñaron flujogramas y manual de procesos que ayudará a mejorar la productividad.
- ASOMANDEC es un emprendimiento nuevo por lo tanto se desarrolló la marca Azul, se diseño material publicitario y se plantea un plan estratégico de marketing enfocado a posicionar e incrementar su volumen de ventas.

RECOMENDACIONES

- Es importante que ASOMANDEC socialice con sus integrantes la filosofía empresarial utilice los cuatro manual desarrollados en el trabajo.
.
- Se recomienda, participe activamente de los diferentes eventos de promoción de los emprendimientos locales por las instituciones del Estado, con el fin de darse a conocer y posicionar la marca.
- El plan estratégico de marketing es fundamental para el crecimiento de la asociación es por ello que se recomienda hacer uso de las alternativas que se elaboró con la finalidad de buscar oportunidades para vender el producto y llegar de un modo más eficaz a los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Aleman, & Escudero. (2012). *Estrategias de Marketing Un enfoque basado en el procesos de dirección*. Madrid: ESIC Editorial. Recuperado el 24 de Abril de 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=5MiDVekHaiQC&printsec=frontcover&dq=Estrategias+de+marketing++de+aleman+2007&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiY95idrOzMAhVDHx4KHYYKrc3IQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Estrategias%20de%20marketing%20%20de%20aleman%202007&f=false>
- Carle, G. & Roger G. (2005). En *Investigación de Mercado Sexta edición* . México .
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Bogotá.: CAMPU,LTDA.
- Dvoskin, R. (2004). En *Fundamentos de Marketing Teoría y Experiencia*. Buenos Aires. Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=FpvOL1kpfKoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- ECUADOR, P. (Diciembre de 2012). *Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración*. Recuperado el 5 de Enero de 2016, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Ponsati & Campos. (09 de 03 de 2005). *Gestión de la Calidad*. Barcelona: CPET. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=jpiQg0LLtJ4C&oi=fnd&pg=PA4&dq=gestio>
- INEC. (5 de Enero de 2010). *Ecuador en Cifras* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>
- Kotler, P. L. (2009). *Dirección De Marketing*. México DF, México: Pearson Educación.
- Ministerio de Educación. (s.f.). *Uniformes Escolares* . Obtenido de <http://educacion.gob.ec/uniformes-escolares/>
- Montoro, et, al. (2014). En *Economía de las Empresas*. Madrid: Paraninfo S.A. Recuperado el 10 de noviembre de 2015, de <https://books.google.com.ec/books?id=uBINBQAAQBAJ&pg=PA230&dq=logo+para+las+empresas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjKzerQ1u3KAhUJ0h4KHXAkBSYQ6AEIKzAD#v=onepage&q=logo%20para%20las%20empresas&f=false>
- Peteraf & Strickla. (2012). *Administración Estratégica Teoría y Casos* . Mexico Miembro de la Cámara Nacional de la Industria .
- Robbins & Decenzo. (2002). *Fundamentos de Administración*. México: Pearson Educación.
- Salinas, A. (2002). *Contabilidad de costos Análís para la toma de decisiones* . México: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria .

Van. et, al. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera* . México: Pearson Educación

Welsch. et, al. (2005). En *Presupuestos Planificación y control* . México : Pearson Educación.

ANEXOS

Anexo N°1. Acta de Constitución de ASOMANDEC



OFICIO No. SEPS-INEPS-2014- 12732

Quito, D.M., 07 JUL 2014

Señora
Katya Soraya Ruiz Rodríguez
PRESIDENTA
ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN MANOS DECORATIVAS "ASOMANDEC"
Ciudad.-

Asunto: "Registro de Directiva"

De mi consideración:

La Dirección Nacional de Revisión y Registro de la Intendencia de Economía Popular y Solidaria, luego de la revisión de la petición mediante la cual solicita el Registro de Directiva, y la certificación anexa a la misma, presentadas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria el 27 de junio de 2014, dentro del procedimiento de constitución y registro de nuevas organizaciones, procede a registrar:

ADMINISTRADOR nombrado en sesión de Junta General de fecha 19 de junio del 2014.

NOMBRE	CÉDULA DE CIUDADANÍA	PERÍODO
NARCISA DE JESUS CASTRO ERAZO	1102120688	2 años

PRESIDENTA elegida en sesión de Junta General de fecha 19 de junio del 2014.

NOMBRE	CÉDULA DE CIUDADANÍA	PERÍODO
KATYA SORAYA RUIZ RODRÍGUEZ	1102856570	2 años

SECRETARIA elegida en sesión de Junta General de fecha 19 de junio del 2014.

NOMBRE	CÉDULA DE CIUDADANÍA	PERÍODO
GLORIA EUFRACIA ROJAS ORDOÑEZ	1711789360	2 años

VOCAL DE LA JUNTA DIRECTIVA elegida en sesión de Junta General de 19 de junio del 2014, por un período de 2 años.

CARGO	NOMBRE	CÉDULA DE CIUDADANÍA
-------	--------	----------------------

Vocal Principal	KATYA SORAYA RUIZ RODRÍGUEZ	1102856570
Vocal Suplente	EDISON ALEJANDRO VANEGAS CASTRO	1104296734
Vocal Principal	GLORIA EUFRACIA ROJAS ORDOÑEZ	1711789360
Vocal Suplente	ELVIA SAVINA OCHOA SANCHEZ	0103128492
Vocal Principal	HYPATIA LUCIA RUIZ RODRIGUEZ	1103128870
Vocal Suplente	CRISTINA FERNANDA SIGÜENZA OCHOA	1104680820

VOCALES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA elegida en sesión de Junta General de fecha 19 de junio del 2014, por un período de 2 años.

CARGO	NOMBRE	CÉDULA DE CIUDADANÍA
Vocal Principal	LUZ MARIA FLORES PUGILA	1102289202
Vocal Suplente	JULIA JOSEFINA ORDOÑEZ SAAVEDRA	0701582157

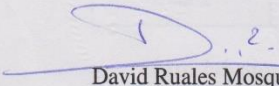
En caso de tener alguna duda sobre el particular, se nos deberá comunicar por escrito en el término de 3 (tres) días posteriores a la recepción del presente oficio.

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria se reserva el derecho de revisar, en cualquier tiempo, el cumplimiento de los requisitos reglamentarios y estatutarios y en caso de incumplimiento o falsedad en la certificación, aplicará las sanciones previstas en la Ley, al secretario de la Asociación y dejará sin efecto el registro.

Sírvase remitir en el plazo máximo de 30 días, una copia del RUC de la Asociación, que deberá gestionar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con lo cual culminará el trámite de constitución y registro de la nueva organización; posterior a esto, se emitirá la Autorización de Funcionamiento correspondiente.

Por lo expuesto, adjunto sírvase encontrar la Resolución No. SEPS-ROEPS-2014-900104 de 19 de mayo del 2014, a fin de que la organización continúe con los trámites de ley pertinentes.

Atentamente,


David Ruales Mosquera
INTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

C.e./ Dra. Mery Jacho León, Directora de Fortalecimiento de Actores, IEPS

Adjunto: Resolución No. SEPS-ROEPS-2014-900104

Trámite: SEPS-UIO-2014-001-19341



INSTITUTO NACIONAL DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

Documento No. : IEPS-UGA-2014-0500-EXT
Fecha : 2014-07-08 15:22:00 GMT -05
Recibido por : Cyntia Daniela Escobar Proaño
Para verificar el estado de su documento ingrese a
<http://www.gestiondocumental.gob.ec>
con el usuario: "9998547395"

RESOLUCIÓN No. SEPS-ROEPS-2014-900104

HUGO JÁCOME ESTRELLA
SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

CONSIDERANDO:

- Que** la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, en su artículo 9 manifiesta: *“Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley. La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo”*;
- Que** el artículo 147 literal c) de la mencionada Ley, señala como una de las atribuciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, otorgar personalidad jurídica a las organizaciones sujetas a la Ley y disponer su registro;
- Que** el artículo 2 del Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, menciona: *“Asamblea Constitutiva.- Para constituir una de las organizaciones sujetas a la ley, se realizará una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán un Directorio provisional integrado por un Presidente, un Secretario y un Tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia”*;
- Que** la Asamblea Constitutiva de la Asociación de Producción Manos Decorativas, “ASOMANDEC” en formación, efectuada el día 22 de agosto del 2013, resolvió conformar la organización indicada, al amparo de lo dispuesto en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y su Reglamento General;
- Que** mediante solicitud, presentada el 23 de octubre del 2013, el directorio provisional de la Asociación de Producción Manos Decorativas, “ASOMANDEC” en formación, solicita a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria el otorgamiento de la personalidad jurídica y el respectivo registro, para lo cual ha remitido la documentación que acredita el cumplimiento de los requisitos previstos en el artículo 6 del Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, y de las Regulaciones emitidas para el efecto;
- Que** la Asociación de Producción Manos Decorativas, “ASOMANDEC” en formación, ha cumplido con el depósito del aporte correspondiente al capital social inicial, valor mínimo establecido por el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social en el



artículo 1 de la Resolución No. MCDS-EPS-002-2012, publicada en el Registro Oficial No. 850 del 13 de diciembre de 2012;

Que mediante Memorando No. SEPS-INEPS-DNREPS-2013-000537, del 10 de diciembre del 2013, la Dirección Nacional de Revisión y Registro, de la Intendencia de Economía Popular y Solidaria, después del análisis de la documentación, recomienda el otorgamiento de la personalidad jurídica a la Asociación de Producción Manos Decorativas, "ASOMANDEC" en formación;

En uso de las facultades y atribuciones que le confiere la Ley,

RESUELVE:

ARTÍCULO 1.- Aprobar el estatuto social y conceder personalidad jurídica a la Asociación de Producción Manos Decorativas, "ASOMANDEC", domiciliada en el cantón Loja, de la provincia de Loja, cuyo Estatuto es el siguiente:

**ESTATUTO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN MANOS
DECORATIVAS "ASOMANDEC"**

**TÍTULO PRIMERO
GENERALIDADES Y PRINCIPIOS**

Artículo 1.- CONSTITUCIÓN: Se constituye la Asociación de Producción Manos Decorativas, "ASOMANDEC", que se regirá por la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las Resoluciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del Ente Regulador, el presente Estatuto, los Reglamentos Internos y demás normas jurídicas aplicables, en razón de su actividad.

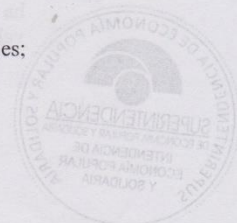
Artículo 2.- DOMICILIO, RESPONSABILIDAD Y DURACIÓN: El domicilio principal de la Asociación de Producción Manos Decorativas, "ASOMANDEC" está ubicado en el cantón Loja, de la provincia de Loja; pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

La asociación será de duración indefinida, y responsabilidad limitada a su capital social, por lo tanto, la responsabilidad de sus asociados está limitada al capital que aporten a la asociación.

Artículo 3.- OBJETO SOCIAL: La asociación tendrá como objeto principal la confección y comercialización de prendas de vestir, lencería y otros elaborados con materiales textiles, pieles y tejidos.

Para su cumplimiento podrá efectuar especialmente las siguientes actividades:

1. Adquirir, arrendar, enajenar, administrar, preñar o hipotecar bienes inmuebles;



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

TÍTULO SEGUNDO DE LOS ASOCIADOS

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

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

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



Artículo 6.- PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE ASOCIADO: La calidad de asociado se pierde por retiro voluntario, exclusión, fallecimiento, o pérdida de la personalidad jurídica.

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

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

TÍTULO TERCERO ORGANIZACIÓN Y GOBIERNO

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

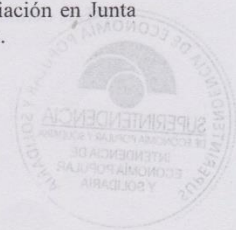
1. Junta General;
2. Junta Directiva;
3. Junta de Vigilancia; y,
4. Administrador.

DE LA JUNTA GENERAL

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

Artículo 11.-ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL

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



Artículo 12.- CLASES Y PROCEDIMIENTO DE JUNTAS GENERALES: Las Juntas Generales serán ordinarias y extraordinarias y su convocatoria, quórum y normas de procedimiento parlamentario, constarán en el Reglamento Interno de la Asociación.

En la convocatoria constará por lo menos: lugar, fecha, hora de la Junta y el orden del día.

DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 13.- La Junta Directiva estará integrada por el Presidente, el Secretario y 1 Vocal principal con sus respectivos suplentes; quienes serán, elegidos en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos que constarán en el Reglamento Interno de la Asociación.

Los miembros de la Junta Directiva durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

Artículo 14.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA DIRECTIVA: Son atribuciones y deberes de la Junta Directiva:

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

DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

Artículo 15.- La Junta de Vigilancia supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la Junta General y de la Junta Directiva. Estará integrada por 1 vocal principal con su respectivo suplente, elegido en votación secreta por la Junta General, previo cumplimiento de los requisitos constantes en el Reglamento Interno.

Los miembros de la Junta de Vigilancia durarán 2 años en sus funciones y podrán ser reelegidos por una sola vez consecutiva. Cuando concluyan su segundo período inmediato, no podrán ser elegidos para ningún cargo directivo hasta después de 2 años.

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



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

DEL PRESIDENTE

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

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

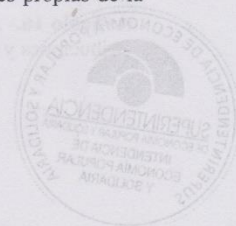
DEL SECRETARIO

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

1. Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación;
2. Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la asociación y las actas de las sesiones;
3. Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del Presidente;
4. Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la asociación;
5. Custodiar y conservar ordenadamente el archivo;
6. Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida;
7. Notificar las resoluciones; y,
8. Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

DEL ADMINISTRADOR

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



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

TÍTULO CUARTO RÉGIMEN ECONÓMICO

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

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

Artículo 21.- CONTABILIDAD Y BALANCE: La asociación aplicará las normas contables establecidas en el Catálogo Único de Cuentas emitido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Los estados financieros y el balance social anuales serán aprobados dentro de los primeros noventa días de cada año por la Junta General.

TÍTULO QUINTO DE LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 22.- TRANSFORMACIÓN: La asociación podrá transformarse en cooperativa por decisión de las dos terceras partes de sus asociados, resolución tomada en Junta General convocada para ese efecto; y aprobada por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; o, por disposición de esta Superintendencia, cuando los niveles de activos, ventas y número de asociados hayan superado, para mantener la condición de asociación.

Artículo 23.- FUSIÓN: La asociación podrá fusionarse con otra u otras de actividad similar, por decisión de las dos terceras partes de sus asociados en la Junta General convocada especialmente para este efecto y mediante aprobación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Artículo 24.- DISOLUCIÓN y LIQUIDACIÓN: La asociación se disolverá y liquidará por voluntad de sus integrantes, expresada con el voto secreto de las dos terceras partes de sus asociados, en Junta General convocada especialmente para el efecto; y, por resolución de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de acuerdo con las causales establecidas en la Ley y su Reglamento General.



DISPOSICIONES GENERALES

Primera.- Se entienden incorporadas al presente Estatuto y forman parte del mismo, las disposiciones de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, su Reglamento General, las dictadas por el Ente Regulador y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Segunda.- Los conflictos que surgieren al interior de la asociación serán resueltos según los mecanismos establecidos en el Reglamento Interno que deberá incluir como instancia de resolución, la presentación ante un Centro de Mediación debidamente autorizado y calificado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, antes del ejercicio de las acciones administrativas o judiciales pertinentes.

Tercera.- Los directivos, asociados y el administrador de la Asociación, brindarán, obligatoriamente, las facilidades necesarias para la realización de inspecciones, supervisiones, exámenes especiales, auditorías; así como deberán entregar la información requerida por la Superintendencia; caso contrario, será de su responsabilidad, las sanciones que pudieran imponerse a la asociación.

ARTÍCULO 2.- Registrar en calidad de asociados fundadores de la Asociación de Producción Manos Decorativas, "ASOMANDEC", a las siguientes personas:

No.	APELLIDOS Y NOMBRES	No. CÉDULA
1	OCHOA SANCHEZ ELVIA SAVINA	0103128492
2	RUIZ RODRIGUEZ KATYA SORAYA	1102856570
3	RUIZ RODRIGUEZ HYPATIA LUCIA	1103128870
4	ROJAS ORDOÑEZ GLORIA EUFRACIA	1711789360
5	SIGUENZA OCHOA CRISTINA FERNANDA	1104680820
6	ORDOÑEZ SAAVEDRA JULIA JOSEFINA	0701582157
7	VANEGAS CASTRO EDISON ALEJANDRO	1104296734
8	CASTRO ERAZO NARCISA DE JESUS	1102120688
9	FLORES PUGLLA LUZ MARIA	1102289202
10	PULLA MERCEDES BALTAZARA	1100224011

ARTÍCULO 3.- Disponer que la Asociación de Producción Manos Decorativas, "ASOMANDEC", se incorpore en el catastro que lleva la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria; y, notificar al Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, para la inscripción de la organización en los registros sociales a su cargo.

ARTÍCULO 4.- Disponer a la Asociación de Producción Manos Decorativas, "ASOMANDEC", que en el plazo de 30 días a partir de la notificación con esta resolución, proceda a elegir a los vocales de la Junta Directiva y de la Junta de Vigilancia y sus respectivos suplentes; así como, a su Presidente, Secretario y Administrador.





ARTÍCULO 5.- Disponer que en el término de 8 días de elegida la directiva y el representante legal, registren sus nombramientos en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

ARTÍCULO 6.- Disponer a la Asociación que, en el plazo de 30 días contados a partir del registro de la directiva y el representante legal, obtenga el Registro Único de Contribuyentes RUC, documento que le habilitará, para que esta Entidad le otorgue la autorización de funcionamiento. **En caso que, la organización incumpliera con la obtención del RUC, en el tiempo establecido, la Superintendencia revocará la personalidad jurídica otorgada.**

Cúmplase y Comuníquese.- Dado y firmado en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano a los 19 días del mes de mayo del 2014.



Hugo Jacome Estrella
HUGO JACOME ESTRELLA
SUPERINTENDENTE DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA





MANUAL DE FUNCIONES PARA EL PERSONAL DE ASOMANDEC

Autora:

Nube Lucia Asitimbay Bermeo

Correo:

nlasitimbay@utpl.edu.ec



1. Antecedentes

La Asociación de producción de manos decorativas “ASOMANDEC” inicia sus actividades en el 2014 agrupando a 40 mujeres artesanas, conformadas por; personas con discapacidad, tercera edad y madres solteras, está legalizado en la Superintendencia de Economía Popular y solidaria el 27 de junio del 2014.

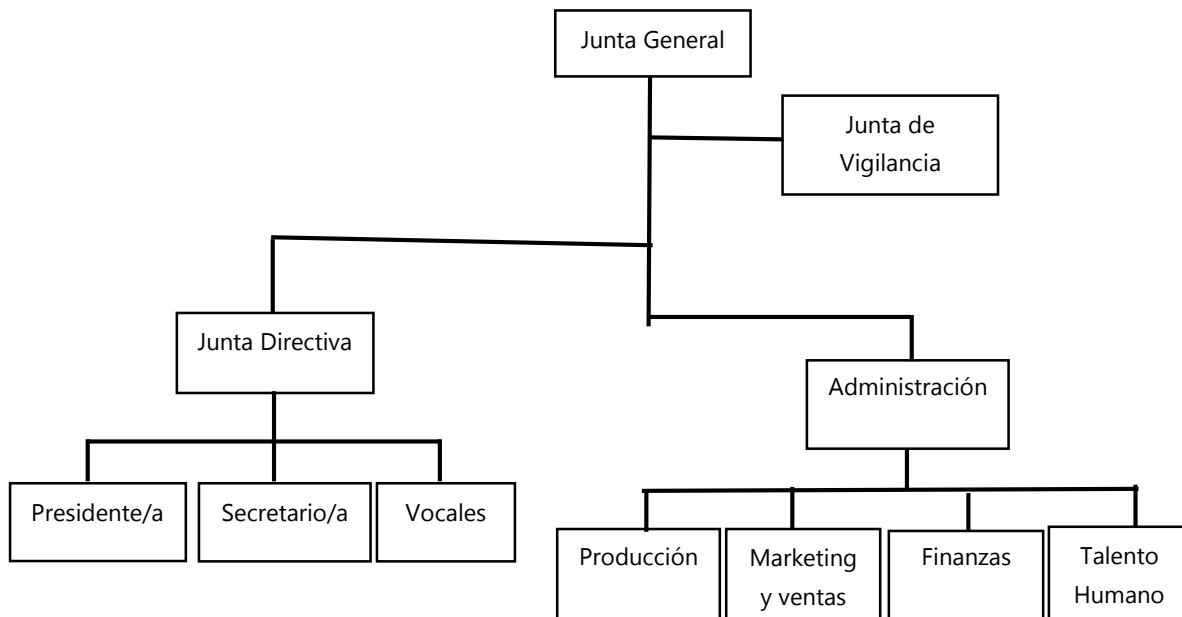
Para mejorar la estructura organizacional de ASOMANDEC para el mejor desarrollo de la asociación se propone incrementar áreas indispensables que son: producción, marketing y ventas, finanzas, talento humano.

Es importante mencionar que ASOMANDEC no cuenta con personal suficiente que se dedique a las área administrativas por lo tanto se elaborara un manual unificado de funciones que facilite el trabajo del único encargado de esta área.

Este manual sirve como un instrumento de trabajo que contiene el perfil y funciones que estará detallado en cada uno de las fichas para que tenga como guía para el desarrollo de sus actividades diarias,

2. Estructura Organizacional propuesta

Con la propuesta se pretende dar una mejor orientación a las funcionarias de ASOMANDEC.



3. Fichas para la asignación de las funciones de internas de ASOMANDEC.

Este manual de funciones señala el rol que desempeña cada uno de las socias para tener una actividad productiva óptima. En el cuadro se visualiza las áreas que será aplicado en el manual de funciones y una ficha interna para el personal de ASOMANDEC.(Ver Anexo 1)

Tabla a


Junta General
Junta de Vigilancia
Junta directiva está compuesto por: <ul style="list-style-type: none">• Presidente/a• Secretario/a• Vocales
Administración: se lo incremento cuatro áreas que son: <ul style="list-style-type: none">• Producción• Marketing y Ventas• Finanzas• Talento humano

Fuente: Acta de Constitucion de ASOMANDEC

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Parte 1: Manual de funciones de la parte de la estructura organizado interna de ASOMANDEC


Tabla 1. Manual de funciones de la Junta General.

		FUNCIONES DEL CARGO		Código: 001
				Fecha: 22/07/2015
Nombre del cargo		Junta General		
Resumen del cargo		Decidir sobre todo asunto pertinente a los negocios de la asociación, siempre que no se opongan a la Ley		
Relaciones	Se reporta: Asamblea			
	Supervisa: Encargado del manejo de la asociación y debe estar pendiente que se cumpla con las actividades las socias.			
	Trabaja con: El encargado de administración, con la junta de vigilancia y junta directiva.			
Calificaciones	Educación: Título de tercer nivel en Administración de Empresas o carreras afines.			
	Experiencia profesional: Manejo de una organización.			
	Requisitos físicos: Capacidad de trabajar en equipo y con el personal.			
Funciones:				
<ul style="list-style-type: none"> • Aprobar y reformar el estatuto Social y el Reglamento interno; • Elegir y remover a los miembros de la Junta Directiva y de Vigilancia y al Administrador, con el voto secreto de más la mitad de sus integrantes; • Fijar las cuotas de admisión ordinarias y extra ordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables; • Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva. • Aprobar los estados financieros y el balance social de la asociación; • Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva de Vigilancia y Administrador; • Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva: y, • Resolver las transformación, función, disolución y liquidación, de la asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de sus asociados. 				

Fuente: Gestión del Talento Humano.

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay


Tabla 2. Manual de funciones de la Junta de Vigilancia.

 <p style="text-align: center;">FUNCIONES DEL CARGO</p>		Código: 001
		Fecha: 22/07/2015
Nombre del cargo	Junta de vigilancia	
Resumen del cargo	Verificar con frecuencia que la administración general se desenvuelva bajo las normas de la Ley de Economía Popular y Solidaria.	
Relaciones	Se reporta: A la Junta General	
	Supervisa: Es el responsable de que se cumplan las actividades que se designe al personal.	
	Trabaja con: Solo	
Calificaciones	Educación: Título de tercer nivel en Administración de Empresas o carreras afines.	
	Experiencia profesional: Haber trabajado un año en cargos similares y tener buen conocimiento en finanzas	
	Requisitos físicos: Tener capacidad en el manejo del personal y clarificar bien las actividades que cada jefe realiza	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la asociación. • Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva: • Administrar la asociación, ejecutando las políticas planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobado; y • Presentar el informe administrativo. Los estados financieros y balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta general 		

Fuente: Gestión del Talento Humano.

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay


Tabla 3. Manual de funciones de la Junta Directiva.

 <p style="text-align: center;">FUNCIONES DEL CARGO</p>		Código: 001
		Fecha: 22/07/2015
Nombre del cargo	Junta Directiva	
Resumen del cargo	Es el órgano encargado de la dirección de la administración de la asociación	
Relaciones	Se reporta: A la Junta General	
	Supervisa: Responsable del cumplimiento del derecho de información de los socios.	
	Trabaja con: Trabaja conjuntamente con la presidenta, secretaria y vocal.	
Calificaciones	Educación: Título de tercer nivel en Administración de Empresas o carreras afines.	
	Experiencia profesional: Haber trabajado 1 año en cargos similares	
	Requisitos físicos: Tener capacidad en el manejo del personal y ser un buen líder.	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aceptar y realizar la solicitud de ingreso o retiro de asociados que estará encargado el presidente ; • Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la asociación hasta por el 30% del presupuesto anual estará encargado el secretario ; • Hacer que la presidenta cumpla con las sanciones a los socios de acuerdo con las cosas y el procedimiento establecidos en el Reglamento Interno • Verificar que el vocal colabore con el presidente, secretario y tesorero en el desempeño de sus funciones. 		

Fuente: Gestión del Talento Humano

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Tabla 4. Manual de funciones del Administrador.


		FUNCIONES DEL CARGO	Código: 002
			Fecha: 22/07/2015
Nombre del cargo	Administrador.		
Resumen del cargo	El administrador debe tener la capacidad de tomar decisiones que orienten efectivamente a la asociación y que se utilicen eficazmente los recursos que posee la asociación para alcanzar, objetivos primordiales como son; la innovación y competitividad.		
Relaciones	Se reporta: A la Junta General		
	Supervisa: El manejo del proceso de producción de la Asociación.		
	Trabaja con: El responsable de producción, responsable de marketing y ventas, responsable de finanzas, responsable de talento humano.		
Calificaciones	Educación: Título de tercer nivel en Administración de Empresas o carreras afines.		
	Experiencia profesional: Haber trabajado 1 año en una asociación o empresa y tener dominio de los temas a tratar con los jefes		
	Requisitos físicos: Tener capacidad en el manejo del personal y clarificar bien las actividades que cada jefe realiza		
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la asociación. • Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por la Junta General y la Junta Directiva: • Administrar la asociación, ejecutando las políticas planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobado; y • Presentar el informe administrativo. Los estados financieros y balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta general 			

Fuente: Gestión del Talento Humano.

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Parte 2: La propuesta del manual de funciones del administrador.

Tabla 5. Propuesta de un Manual de funciones para el Administrador.

		FUNCIONES DEL CARGO		Código: 001-01
				Fecha: 22/07/2015
Nombre del cargo		Administrador		
Resumen del cargo		Ser representante legal de la asociación y tener conocimientos en administración, producción, marketing, ventas, finanzas y talento humano, para el buen desempeño de su trabajo.		
Relaciones	Se reporta: A la Junta General			
	Supervisa: Que se cumplan con las actividades propuestas.			
	Trabaja con: Haciendo el rol unificado de los siguientes áreas de Producción, Marketing y Ventas, Finanzas, Talento Humano			
Calificaciones	Educación: Título de tercer nivel en Administración de Empresas, en Baca y Finanzas y Relaciones públicas.			
	Experiencia profesional: Haber trabajado 1 año en cargos similares, que tenga experiencia en producción, marketing y ventas, talento humano.			
	Requisitos físicos: Tener conocimientos en distintas áreas y tener una facilidad de comunicación con las socias de ASOMANDEC.			
<p>Es importante recalcar que el administrador cumplirá con las actividades de las distintas áreas, debido a que la asociación no cuenta con el personal suficiente y capacitado para cubrir las plazas de trabajo.</p> <p>Funciones:</p> <p>Su rol como administrador es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planear: Incluye definir metas, establecer estrategias y desarrollar planes para coordinar actividades. • Organizar: Determinar que las actividades deben realizarse, con quien se cuenta para realizarlas, como se van a agrupar las actividades, quien va a informar a quien y que decisiones tienen que tomarse 				

- **Dirigir:** las mejores alternativas de selección de los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos
- **Controlar:** el seguimiento de las actividades para asegurarse de que se están cumpliendo como planearon y corregir cualquier desviación significativa.

Aparte de estas funciones que cumple deberá ser el representante legal de las siguientes responsabilidades de producción, marketing y ventas, finanzas, talento humano.

Responsable de producción:

- Lleva a cabo la planificación productiva de ASOMANDEC.
- Diseña y dirige los planes de producción, las necesidades de materiales y las proporciones apropiadas.
- Coordina la capacidad productiva con las previsiones de la demanda.

Responsable de marketing:

- Elaborar y gestionar el Plan de Marketing
- Elaborar el plan de medios publicitarios negociando y contratando los espacios publicitarios.

Responsable de ventas:

- Elaborar pronósticos de ventas
- Establecer precios
- Realizar publicidad y promoción de ventas

Responsable de finanzas

- Llevar un adecuado control y análisis de las ventas.
- Planifica, organiza, dirige y controla de manera eficiente y eficaz, los recursos financieros de ASOMANDEC.
- Programa y controla las diferentes inversiones de tipo financiero que determine ASOMANDEC.


Responsable de talento humano.

- Tener y desarrollar iniciativas para la solución de problemas y toma de decisiones.
- Poseer alto sentido de responsabilidad y honestidad en el manejo de información confidencial.
- Coordinar las relaciones laborales en representación de ASOMANDEC.
- Supervisar la administración de personal

Fuente: Gestión del Talento Humano
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

ANEXOS

Tabla b. Fincha interna para el funcionamiento de ASOMANDEC

 <p style="text-align: center;">FUNCIONES DEL CARGO</p>		Código:
		Fecha:
Nombre del cargo		
Resumen del cargo		
Relaciones	Se reporta:	
	Supervisa:	
	Trabaja con:	
Calificaciones	Educación:	
	Experiencia profesional:	
	Requisitos físicos:	
Funciones:		

Fuente: Gestión del Talento Humano
 Elaboración: Nube Lucia Asitimbay



Anexo N° 3. Reglamento interno de ASOMANDEC.

TITULO PRIMERO DE LA ASOCIACIÓN “ASOMANDEC”

El presente Reglamento desarrolla los contenidos expresados en los Estatutos de la asociación y en ningún caso podrá ir en contra la filosofía y articulado de los citados Estatutos

Artículo 1.- La Asociación “ ASOMANDEC” Asociación de Producción Manos Decorativas, domiciliada en la parroquia El Sagrario, Cantón y Provincia de Loja; ubicada en las calles Juan José Peña N° 1075 entre Miguel Riofrío y Azuay; amparada en la Ley Orgánica y Reglamento General de la Economía Popular y Solidaria y del Sector financiero Popular y Solidario. Tienen por objeto principal la Confección y comercialización de prendas de vestir, lencería y otros elaborados con materiales textiles pieles y tejidos.

Artículo 2.- La Asociación “ASOMANDEC” constituida al amparo de la legislación vigente se regirá por la Constitución de la República del Ecuador, Código Civil, Estatutos de la Asociación aprobados con fecha 19 de Mayo de 2014, el presente Reglamento de Régimen Interno y por todas aquellas normas que establezca la reglamentación que le sea pertinente.

Todos los socios de “ASOMANDEC” están obligados a conocer el presente reglamento, pues el desconocimiento de su contenido no es explicación, ni le excusa de las sanciones a que se haga merecedor.

Artículo 3. - El presente Reglamento desarrolla los contenidos expresados en los Estatutos de la asociación y en ningún caso podrá ir contra la filosofía y articulado de los citados Estatutos.

TITULO SEGUNDO DE LOS PRINCIPIOS

Artículo 4.- La Asociación “ASOMANDEC”, tendrá los siguientes principios:

- a) La búsqueda del buen vivir y del bien común para sus socias/os.
- b) La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
- c) El comercio justo y consumo ético y responsable.

- d) La equidad de género.
- e) El respeto a la identidad cultural.
- f) La autogestión para establecer actividades que permitan a las asociadas y asociados cumplir con los fines y objetivos para la que fue creada.
- g) La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.
- h) La distribución equitativa y solidaria de excedentes a sus socias /os.

TITULO TERCERO DE LAS ACTIVIDADES

Artículo 5.- La Asociación llevará a cabo las siguientes actividades:

- a) Adquirir, arrendar, administrar, preñar o hipotecar bienes inmuebles.
- b) Importar maquinaria, vehículos especiales, equipos, materia prima, insumos y similares destinados al cumplimiento de su objeto social.
- c) Propender a la eficiencia de la economía de sus asociadas/os en forma popular y solidaria.
- d) Suscribir toda clase de convenios para el fortalecimiento de las actividades sociales.
- e) Promover la integración con organizaciones afines.

TÍTULO CUARTO DE LOS ASOCIADOS

Artículo 6.- La Asociación considerará legalmente como asociados a las personas naturales que tengan aceptada su solicitud de ingreso por parte de la Junta Directiva, cumpliendo con los siguientes requisitos:

- a) Podrán ingresar en la asociación todas aquellas personas mayores de 18 años y que así lo soliciten expresamente.
- b) La solicitud de ingreso deberá ser tratada en reunión de la Junta Directiva que deberá verificar la solicitud, dando necesariamente un informe positivo o negativo. En caso de dar un informe negativo deberá de especificar las causas y dar un plazo de diez días laborables al solicitante para reparar las causas del rechazo de su ingreso.

- c) Una vez admitido el nuevo socio, el Secretario procederá a inscribirlo en el libro de registro de socios de la asociación y a facilitar el carnet de afiliado al socio, en su caso. Dicha titularidad de socio será intransferible.
- d) El carnet será entregado al nuevo socio una vez que el proceso de ingreso sea notificado a la SEPS (superintendencia de Economía Popular y Solidaria).
- e) Copia de cédula y papeleta de votación actualizada.
- f) Cuota de ingreso establecida por la Junta General de Socios es de \$200,00 (DOS CIENTOS DOLARES OO/100

Artículo 7.- No podrán ser socios de la Organización las personas que no cumplan con los requisitos determinados en el artículo anterior a más de los siguientes:

1. Quienes se encuentren fuera del país de manera permanente.
2. Las personas que pertenezcan a una Asociación con el mismo objeto social de la Asociación de Producción Manos Decorativas...
3. Personas impedidas de su derecho de libertad.
4. Personas que tengan antecedentes penales legales jurídicos y que hayan recibido sentencia por autoridad competente.
5. Personas que fomenten la discordia, el revanchismo y que traten de ir en contra de los principios lógicos jurídicos para los que fue creada la asociación.
6. Personas que hayan sido expulsadas de asociaciones u organizaciones similares.

Artículo 8.- La Junta Directiva presentará anualmente un informe al Órgano de Gobierno sobre los ingresos y salidas de socios producidas en dicho periodo.

Artículo 9.- A más de los derechos contemplados en la Ley y Reglamento General de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, y en los Estatutos de la Asociación son derechos de los asociados:

- a) Tener el conocimiento oportuno de los acuerdos adoptados por los órganos de la asociación.
- b) Asistir con voz y voto a las Asambleas generales, conforme a las normas establecidas al efecto por la Junta Directiva.
- c) Participar en las actividades y actos sociales de la asociación.

d) Elegir y ser elegido.

Artículo 10.- Los socios tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Cumplir los preceptos que marcan los estatutos y el presente reglamento, así como los acuerdos adoptados por los órganos de la Asociación.
- b) Abonar la cuota de \$5,00 (CINCO DOLARES 00/100 mensuales), sujeta a cambios determinados en tiempo y forma y aprobados en Junta Directiva.
- c) Cooperar en el desarrollo del trabajo de la asociación y en la buena ejecución de las actividades que se determinen.
- d) Desempeñar las funciones que les sean encomendadas por la Junta Directiva para la buena marcha de la asociación.
- e) Cumplir con las disposiciones emitidas por el administrador, de acuerdo a los contratos que se firmen para prestación de servicios.
- f) Participar activamente en programas de desarrollo empresarial popular y social; y,
- g) Las actividades de tipo social que los directivos crean convenientes.

TITULO QUINTO DE LA PÉRDIDA DE CALIDAD DE SOCIO

Artículo 11.- Por fallecimiento de las socias /os.

Artículo 12.- Los socios podrán solicitar en cualquier momento su retiro voluntario en la asociación. Esta petición deberá realizarse por escrito y deberá tratarse en reunión de la Junta Directiva que aceptará el retiro voluntario sin más trámites.

Artículo 13.- Los socios podrán ser excluidos de la asociación por alguna de las siguientes causas:

- a) Cuando exista incumplimiento grave de los estatutos y del presente reglamento, a criterio de la Junta Directiva.
- b) Violación de los principios y normas jurídicas a los que se rigen las socias/os.
- c) Cuando el socio impida deliberadamente el cumplimiento de los fines de la Asociación.
- d) Cuando utilizan a la Asociación para fines políticos y religiosos.

- e) Cuando su conducta vaya contra los principios sociales o dañen gravemente la imagen de la Asociación.
- f) Cuando deje de asistir injustificadamente a más de tres Asambleas Generales.
- g) Cuando no cumplan con el pago de las cuotas establecidas por más de tres meses.
- h) Por cambio de domicilio, que le impida asistir normalmente a las asambleas convocadas por la directiva.

Artículo 14.- En cualquier caso, los expedientes de expulsión deberán ser tratados por la comisión de ética y disciplina; la misma que estará integrada por: Dos miembros de la Junta Directiva, el Presidente de la Asociación y dos socios elegidos por sorteo, actuando uno de ellos como instructor. La comisión de Ética y disciplina tendrá la competencia de conocer los expedientes y resolver con elevado criterio ético la situación del socio (a) dentro de la Asociación.

TÍTULO SEXTO

DE LA ESTRUCTURA INTERNA DE LA ORGANIZACIÓN

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Artículo 15.- La Asociación "ASOMANDEC", se reunirá en Juntas Generales que serán ordinarias y extraordinarias.

Las Ordinarias se realizarán dos veces al año, la primera será el tercer sábado de enero y la segunda el tercer sábado de julio. Las Extraordinarias se reunirán en cualquier época del año, para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria, por decisión de las socias, (tres cuartas partes de las socias presentes).

Artículo 16.- Las convocatorias para las Juntas Generales se harán con ocho días de anticipación previa cita formulada a través de los medios de comunicación televisivos, hablados o escritos o por convocatoria formulada a través de la secretaria de la asociación vía correo electrónico.

Artículo 17.- Las convocatorias para las juntas extraordinarias pueden ser con 24 horas de anticipación dependiendo del tema a tratar.

Artículo 18.- El quórum legal para la instalación de las Juntas Generales será el de la mitad más uno de los asociados en goce de sus derechos y que estén al día en sus obligaciones. En caso de no haber ese número de asociados a la hora convocada, quedarán citados para una hora después y la Junta se instalará legalmente con los miembros presentes. Particular que deberá constar en la convocatoria formulada con anterioridad.

Artículo 19.- Los asociados que no asistieran a la Junta General, habiendo sido legalmente convocados, serán sancionados con una multa de \$ 5,00 (CINCO DÓLARES), salvo el caso de excusa presentada ante la Junta Directiva de la Asociación, hasta dos horas antes de la hora fijada para la sesión.

Artículo 20.- Una vez constituida la Junta General se procederá a dar lectura y aprobar el orden del día y el presidente lo hará cumplir punto por punto, sin pasar a otro sino después de ser aprobado o rechazado el anterior.

Artículo 21.- El derecho a voto en la Asamblea está condicionado a tener abonadas las cuotas correspondientes, cumpliendo con la normativa económica legal establecida pueden elegir y ser elegidos como miembros del directorio.

Artículo 22.- Durante la discusión de una moción, el Presidente concederá la palabra a los asociados respetando el orden que fue solicitada. Un mismo asociado podrá intervenir solo en dos oportunidades utilizando en la primera el tiempo máximo de cuatro minutos y en la segunda de dos minutos. Únicamente si fuere autor de la moción podría concederle una última ocasión por tres minutos más. Una vez terminada la discusión, el Presidente ordenará tomar la votación.

Artículo 23.- Todos los acuerdos para aprobación de la Asamblea General, se lo hará por mayoría absoluta en primera votación y simple en la segunda, salvo en los casos que requiera análisis económico legal para su aprobación.

Artículo 24.- Toda determinación sobre el uso o destino del capital de ASOMANDEC deberá tomarse en Junta General convocada para tal efecto; esta misma Junta será quien defina la partición, ganancia y/o destino de fondos de ganancia que se obtenga de la implementación de negocios o actividades productivas previamente definidas y aprobadas por este mismo medio. La ganancia obtenida por una actividad productiva deberá distribuirse de la siguiente forma:

Porcentaje requerido para el pago de impuestos u otros gravámenes tributarios de obligatorio cumplimiento

10% que será enviado de manera DIRECTA al capital de ASOMANDEC. El porcentaje restante será redistribuido en partes iguales entre los asociados que han participado del proceso de contratación.

JUNTA DIRECTIVA

Artículo 24.- La Junta Directiva a más de las atribuciones y deberes que se le asigna en el artículo 14 del Estatuto, se guiará por las siguientes normas de este Reglamento Interno.

- a) En ausencia del Presidente, le subrogara en sus funciones, uno de los vocales, en el orden que fueron elegidos.
- b) Para ser elegido miembro de la Junta Directiva, se requiere ser socio por el tiempo mínimo de dos años, y podrá ser reelegido por igual periodo con los votos necesarios que el estatuto establece.
- c) Los miembros de la Junta Directiva que no asistieren a las sesiones, serán sancionados de la siguiente manera:
 - Por primera inasistencia injustificada la multa será de cinco dólares.
 - Por segunda inasistencia injustificada, la multa será de diez dólares.
 - Por tercera inasistencia injustificada, perderá la calidad de miembro de la Junta Directiva.
- d) Vigilar el cumplimiento de los acuerdos y resoluciones del directorio, contemplados en las respectivas actas debidamente aprobadas.
- e) Conformar y suprimir las comisiones según la necesidad de la asociación.
- f) Analizar y aprobar el reglamento interno, el procedimiento técnico de las unidades administrativas.
- g) Analizar y aprobar el informe económico y financiero que deberá ser aprobado en el mes de noviembre por la Junta Directiva.

JUNTA DE VIGILANCIA

Artículo 25.- La Junta de Vigilancia a más de las atribuciones y deberes que se le asigna en el artículo 16 del Estatuto, se guiará por las siguientes normas de este Reglamento Interno.

- a) Verificar con frecuencia que la administración general se desenvuelva bajo las normas de la Ley de Economía Popular y Solidaria, el Estatuto, y el presente Reglamento de la Asociación.
- b) Verificar los inventarios de mobiliarios y equipo, archivo y más bienes de la institución actualizada.
- c) En caso de inasistencias a las sesiones, tendrán las mismas sanciones del Art. 24, literal c, de este reglamento.
- d) Para ser elegido miembro de la Junta de Vigilancia, se requiere ser socio activo por el tiempo mínimo de dos años.

ADMINISTRADOR

Artículo 26.- El administrador, a más de las atribuciones y deberes que se le asigna en el artículo 19 del Estatuto, se guiará por las siguientes normas de este Reglamento Interno.

Para ser elegido como Administrador, se requiere los siguientes requisitos:

- a) Mantener o no la calidad de asociado.
- b) En caso de no ser asociado deberá acreditar experiencia de un mínimo de dos años, ejerciendo el mismo cargo en administración de organizaciones de economía popular y solidaria.
- c) Aceptada la designación, previo al ejercicio de sus funciones. deberá presentar caución que la Junta Directiva determine.
- d) En caso de inasistencias a las sesiones, tendrán las mismas sanciones del Art. 24, literal c, de este reglamento.

TITULO SEPTIMO INFORMACION GENERAL

Artículo 27.- Queda terminantemente prohibido dar información administrativa, contable y financiera a personas que no tengan la calidad de socios. La información se emitirá únicamente para fines estrictamente relacionados con la Asociación o exigidos por la Ley.

TITULO OCTAVO

DE LA REFORMA DE LOS ESTATUTOS Y DEL REGLAMENTO DE REGIMEN INTERNO.

Artículo 28.- La modificación de estatutos o del presente reglamento podrá realizarse a iniciativa de la Junta Directiva o de las tres cuartas partes de los socios.

Artículo 29.- En cualquier caso para que la modificación se lleve a efecto será necesario el voto favorable de las dos terceras partes de los socios presentes en la Asamblea General Extraordinaria convocada al efecto.

Artículo 30.- La Junta Directiva procederá a establecer un periodo de enmiendas al texto, las cuales deberán ser enviadas a la Secretaría con una antelación de cinco días laborables y difundidos a todos los socios.

Artículo 31.- En caso de reforma de estatutos, las modificaciones deberán ser enviadas de forma inmediata al Registro de Asociaciones para que se proceda al cambio oportuno.

Artículo 32.- Una vez reformados los estatutos o el presente reglamento, en su caso, la Junta Directiva deberá facilitar a los socios los textos reformados.

TITULO NOVENO

DISPOSICION GENERAL

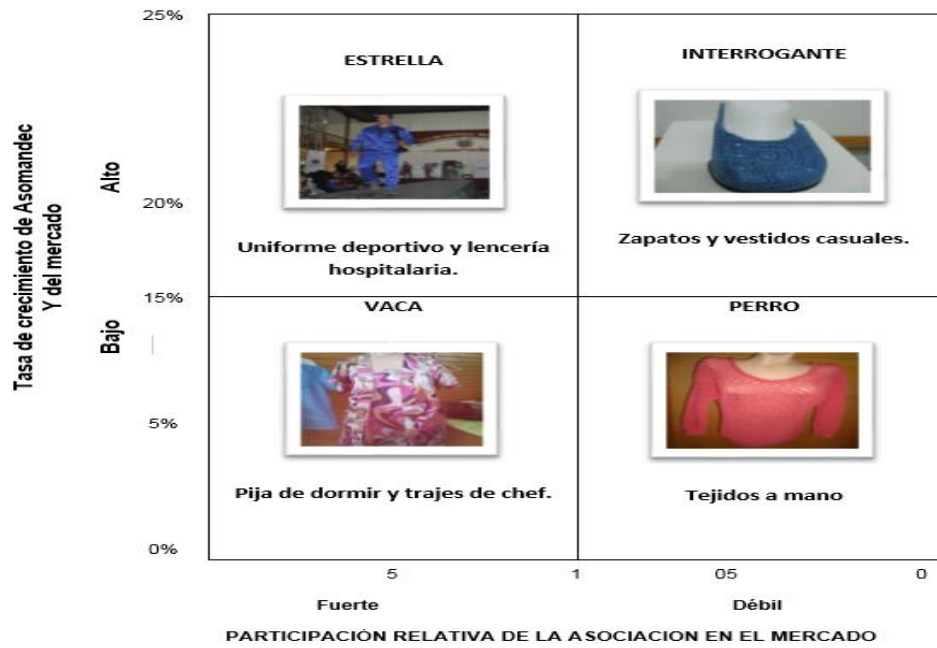
PRIMERA.- Todo artículo de este Reglamento, que contradiga al Estatuto de la Asociación, la Ley Orgánica y Reglamento General de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y solidario y Reglamentos Especiales, prevalecerá sobre el de mayor jerarquía.

CERTIFICACION.- En mi calidad de Secretario de la Asociación de _____, CERTIFICO que el presente Reglamento Interno, fue realizado conforme lo estipulado en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, y al Estatuto de la Asociación, aprobado en Junta General, efectuada el _____, conforme consta en el Libro de Actas, al que me remito en caso de ser necesario. Lo certifico, en la Parroquia _____, Cantón _____ a los _____ del año 2014.

SECRETARIO

Anexo N° 4. Matriz BCG de productos de ASOMANDEC.

Para realizar la matriz BCG se entrevistó a la directiva de la asociación con el fin de ir relacionando y conociendo sus productos, debido que es importante para desarrollar el trabajo de una manera clara y específica como se muestra en la figura.



Fuente: Fundamentos de Marketing Teoría y experiencia
 Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

A continuación se presenta cómo se clasificó los productos de ASOMANDEC dentro de la matriz BCG.

Tabla a. Matriz BCG de productos de ASOMANDEC

<p style="text-align: center;">Estrella.</p> <p>Uniforme deportivo de colegio lencería hospitalaria son los productos que tienen una alto participación en el mercado debido a la accesibilidad de sus precios por ser productos de calidad y necesarios.</p>	<p style="text-align: center;">Interrogación.</p> <p>Los zapatos tienen baja participación en el mercado debido a la alta competencia con empresas grandes</p> <p>Los vestidos casuales que no tiene mucha participación en el mercado, por esta razón solo hacen bajo pedido.</p> <p>Por esta razón tenemos dos productos interrogantes porque no alcanza un punto de apoyo en el mercado debido a que es muy competido y es poco rentable en el mercado.</p>
<p style="text-align: center;">Vaca.</p> <p>Pijamas de dormir, trajes de chef son los productos que más constate se vende por la comodidad y por la accesibilidad de precios por esta razón hay clientes que se quedan más tiempo.</p>	<p style="text-align: center;">Perro.</p> <p>Las prendas tejido a mano tiene una baja participación en el mercado y en la industria textil representa una tasa de crecimiento baja. Es decir pretenden minimizar el ingreso potencial, reduciendo al mínimo los gastos o promoviendo una ventaja diferencial para ganar una mayor participación de mercado</p>

Fuente: Fundamentos de Marketing Teoría y experienciai
 Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Tabla b. Productos de ASOMANDEC

Confesión de ropa.	Tejido a mano.	Zapatos.
<ul style="list-style-type: none"> • Vestido de noche. • Lencería hospitalaria. • Ropa deportiva. • Pijama de dormir de niño (as). • Pijama de dormir para adultos. • Salida de baño. • Uniformes de colegio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bufandas. • Gorras de diferentes modelos. • B • oleros. • Chompas. • Prendas asimétricas. 	<p>La estructura de zapato tejido a mano y variedad d colores.</p>

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N°5. Estrategia de logotipo de ASOMANDEC.

Para elaborar el logo para ASOMANDEC se realiza varios diseños para escoger una que esté acorde con sus actividades,



Figura 1. Logotipo de ASOMANDEC.

Fuente: La autora

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Con la directiva se puso de acuerdo que la figura una fue la mejor para adaptar a la asociación esto permite dar una identidad dentro del mercado local a futuro internacionalmente.

Anexo N° 6. Uso de redes sociales

Diseño de blog para ASOMANDEC. Debido que es un gran canal de comunicación online que permite llegar de manera indirecta a los clientes, también es importante porque es la mejor manera de comunicar con un público objetivo.

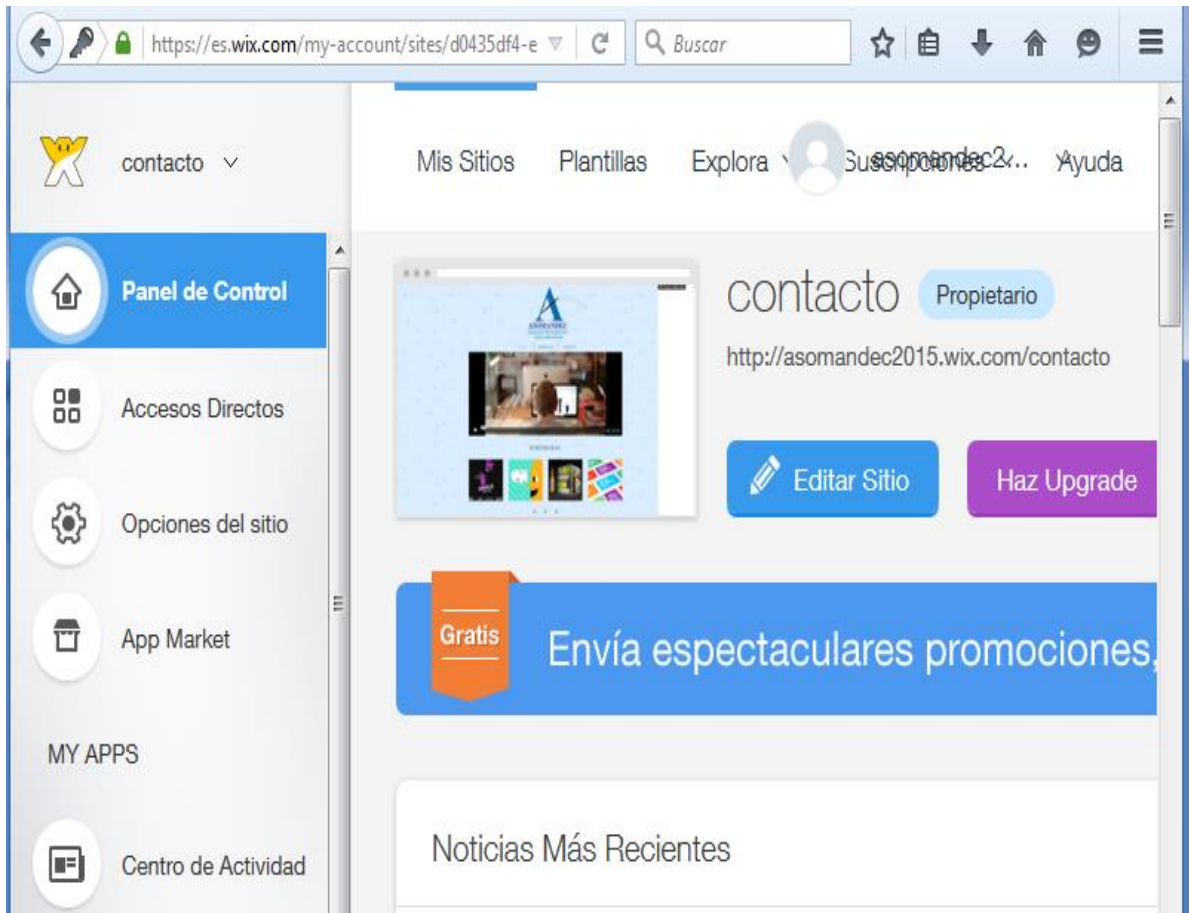


Figura 2. Blog de ASOMANDEC
Link. <http://asomandec2015.wix.com/contacto>
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Diseño de pinterest para ASOMANDEC

Esta herramienta de comunicación online tiene como finalidad de mostrar y compartir imágenes y videos que se puede seleccionar con un “pin” y colocar dentro de la página. Además, a través de los seguidores, puede conocer lo que otros han seleccionado en la web.

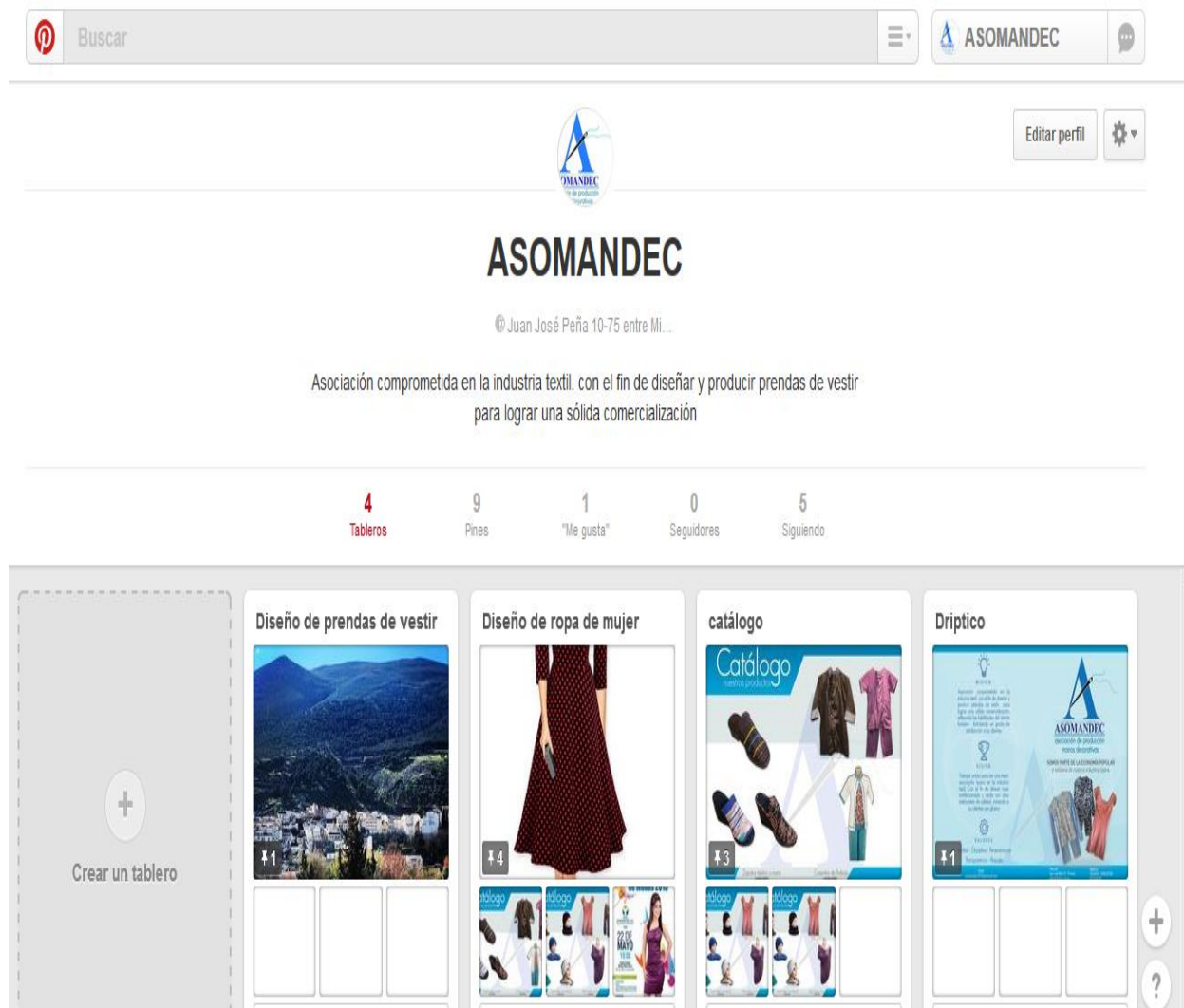


Figura 3. Pinterest para ASOMANDEC
Link: <https://www.pinterest.com/asomandec2016/>
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N° 7. Catálogo diseñado para ASOMANDEC

El catálogo es una estrategia de publicidad donde se da a conocer los productos y con esto se pretende conseguir más clientes, debido que éste sea visto por una gran cantidad de personas que están interesadas en los productos que la asociación pone a disposición de los consumidores.

The image shows the cover of a catalog for ASOMANDEC. It has a light blue background with a large, faint 'A' logo. The layout is organized into several sections:

- MISIÓN:** Represented by a lightbulb icon. Text: "Asociación comprometida en la industria textil. Con el fin de diseñar y producir prendas de vestir para lograr una sólida comercialización, reflejando una producción personalizada para la satisfacción de los clientes."
- VISION:** Represented by a trophy icon. Text: "Posicionamiento en el mercado local como una asociación exitosa y socialmente responsable, por su rapidez y flexibilidad de ofrecer productos textiles de calidad, precios cómodos, innovación, servicios mediante la coordinación de sus socios."
- VALORES:** Represented by a gear icon. Text: "Lealtad - Disciplina - Perseverancia
Transparencia - Respeto"
- Logo:** A blue circle containing a white 'A' with a needle and thread, next to the word "Azul" in a large blue font. Below it, "asociación de producción manos decorativas" in a smaller font.
- Text:** "SOMOS PARTE DE LA ECONOMÍA POPULAR y solidaria de nuestra industria lojana" positioned above three pieces of clothing: a blue patterned shirt, black patterned pants, and a red knitted top.
- Contact Information:** Located at the bottom in a dark blue bar. Email: asomandec2015@hotmail.com. Dirección: Juan José Peña 10 - 75 entre Miguel Rofrío y Azuay. Teléfonos: 2560696 - 0981531785 - 092268000.

Figura 4. Catálogo de ASOMANDEC.

Fuente: La autora

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay



Figura 5. Catálogo de ASOMANDEC.

Fuente: La autora

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay



Figura 6. Catálogo de ASOMANDEC.
Fuente: La autora
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay



Figura 7. Catálogo de ASOMANDEC.
Fuente: La autora
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N°8. Participaciones en ferias y desfile de moda local.

Eso es otro manera de dar a conocer sus productos con la ayuda del Consejo Provincial de Loja se ha llegado a participar en alguno eventos esto ayudado que sus productos sean reconocidos dentro de la ciudad.



Figura 8. Catálogo de ASOMANDEC.

Fuente: La autora

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N°9. Estrategia de promoción

Una de las alternativas es el uso de Cupones de descuentos esto consiste en realizar una buena promoción de los productos con el objetivo de llamar la atención y dar a conocer al mayor público posible. Cuanto más atractiva sea la oferta, mayor repercusión tendrá entre los clientes.



Figura 9. Cupón de descuento.
Fuente: La autora
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N°10. Hoja volante de ASOMANDEC.

Es una forma fácil de demostrar resumido los productos que ofrece ASOMANDEC con ello se pretende conseguir más clientes.



Figura 10. Hoja volante.

Fuente: La autora

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay



Figura 11. Hoja volante.
Fuente: La autora
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo n ° 11. Dríptico de ASOMANDEC,

Con esta herramienta de publicidad se pretende dar una redacción clara y definida del producto y esto ayuda a promocionar con gran facilidad.

1

2

3

Azul
asociación de producción
manos decorativas

SOMOS PARTE DE LA ECONOMÍA POPULAR
y solidaria de nuestra industria lojana

Datos
Dirección:
Juan José Peña 10 - 75
entre Miguel Riofrío y Azuay
Teléfonos:
2560696 - 0981531785
- 092268000
Email:
asomandec2015@hotmail.com

MISIÓN
Asociación comprometida en la industria textil. Con el fin de diseñar y producir prendas de vestir para lograr una sólida comercialización, reflejando una producción personalizada para la

VISIÓN
Posicionamiento en el mercado local como una asociación exitosa y socialmente responsable, por su rapidez y flexibilidad de ofrecer productos textiles de calidad, precios cómodos, innovación, servicios mediante la coordinación de sus socios.

VALORES
Lealtad - Disciplina - Perseverancia - Transparencia - Respeto

SOMOS PARTE DE LA ECONOMÍA POPULAR
y solidaria de nuestra industria lojana

Figura 12. Dríptico de ASOMANDEC.

Fuente: La autora

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

1 2 3

nuestros Productos



Salidas de cama
ASOMANDEC



Gorras tejidas a mano
ASOMANDEC



Blusas Tejidas a mano
ASOMANDEC



Conjunto de trabajo
ASOMANDEC



Gorros de Bebé
ASOMANDEC



Zapatos tejidos a mano
ASOMANDEC

Figura 13. Driptico de ASOMANDEC.

Fuente: La autora

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N°12. Estrategias de relaciones públicas.

Dentro de las estrategias públicas se consideran las Tarjetas de presentación de ASOMANDEC



Figura 14. Tarjeta de presentación de ASOMANDEC.

Fuente: La autora

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N° 13. Finanzas.

Dentro de finanzas esta la proyección del flujo de caja. Para la elaboración del flujo de caja se calcula las depreciaciones de las máquinas de ASOMANDEC.

El costo de la maquina es de \$ 1200,00 y tiene una vida útil de 10 años y su valor de salvamento de 10%

Tabla c. Depreciación maquina zig zag industrial

Depreciación maquina zig zag industrial			
Tiempo	Cargo por depreciación	Fondo para depreciación	Valor en libros al final del año
			1200,00
1	108,00	108,00	1092,00
2	108,00	216,00	984,00
3	108,00	324,00	876,00
4	108,00	432,00	768,00
5	108,00	540,00	660,00
6	108,00	648,00	552,00
7	108,00	756,00	444,00
8	108,00	864,00	336,00
9	108,00	972,00	228,00
10	108,00	1080,00	120,00

Fuente: Fundamentos de la Administración Financiera
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

El costo de la maquina es de \$ 1600,00 y tiene una vida útil de 10 años y su valor de salvamento de 10%

Tabla d. De depreciación maquina industrial overlok

Maquina industrial overlok			
Tiempo	Cargo por depreciación	Fondo para depreciación	Valor en libros al final del año
			1600,00
1	144,00	144,00	1456,00
2	144,00	288,00	1312,00
3	144,00	432,00	1168,00
4	144,00	576,00	1024,00
5	144,00	720,00	880,00
6	144,00	864,00	736,00
7	144,00	1008,00	592,00
8	144,00	1152,00	448,00
9	144,00	1296,00	304,00
10	144,00	1440,00	160,00

Fuente: Fundamentos de la Administración Financiera
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

El costo de la maquina es de \$ 1660,00 y tiene una vida útil de 10 años y su valor de salvamento de 10%

Tabla f. De depreciación de Maquina recubridora

Maquina recubridora			
Tiempo	Cargo por depreciación	Fondo para depreciación	Valor en libros al fin del año
			1660,00
1	149.40	149,40	1510,60
2	149.40	298,80	1361,20
3	149.40	448,20	1211,80
4	149.40	597,60	1062,40
5	149.40	747,00	913,00
6	149.40	896,40	763,60
7	149.40	1045,80	614,20
8	149.40	1195,2	464,80
9	149.40	1344,6	315,40
10	149.40	1494,00	166,00

Fuente: Fundamentos de la Administración Financiera
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

El costo de la maquina \$ 1525,00 y tiene una vida útil de 10 años y su valor de salvamento de 10

Tabla g. De depreciación de maquina industrial costura recta

Depreciación de maquina industrial costura recta			
Tiempo	Cargo por depreciación	Fondo para depreciación	Valor en libros al fin del año
			1525,00
1	137,25	137,25	1387,75
2	137,25	374,50	1150,5
3	137,25	411,75	1113,25
4	137,25	549,00	976,00
5	137,25	686,25	838,75
6	137,25	823,50	701,50
7	137,25	960,75	564,25
8	137,25	1098,00	427,00
9	137,25	1235,25	289,75
10	137,25	1372,50	152,50

Fuente: Fundamentos de la Administración Financiera
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Estos datos serán considerados para la elaboración de la proyección de flujo de caja

Tabla h. datos para la proyección de flujo de caja.

El total de depreciación de la máquina de ASOMANDEC es la suma de todas las 4 maquinas	\$ 598,5
El incremento de ventas para el año 2013 es 244.839,02 y 2014 es de 257.080,97 tiene un incremento del	5%
El incremento de gastos	10%
Impuestos	14%

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Flujo de caja proyectada para tres años para ASOMANDEC

Tabla i. Flujo de caja proyectada de ASOMANDEC

Cuentas	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 017	Año 2018
Ventas	257.080,97	269.935,02	283.431,77	297.603,36	312.483,53
Total Ingreso	257.080,97	269.935,02	283.431,77	14.549.766,25	16.295.738,20
(-) Costo de Venta	193.799,52	205.123,28	217.171,76	11.565.010,81	12.837.162,00
(-) Gastos Operacionales y no Operacionales	23.544,00	2.354,40	235,44	1.547.374,51	1.779.480,69
Total Costo de Ventas y Gastos	217.343,52	207.477,68	217.407,20	13.112.385,32	14.616.642,69
(-) Impuesto y Reserva	200,00	228,00	259,92	574.594,56	670.716,02
Utilidad Liquida del Ejercicio	39.138,95	61.858,84	65.426,07	850.137,80	992.353,71
(+) Depreciación de Activo Fijo	598,50	598,50	598,50	598,50	16.025,78
Total Flujo Neto de Caja	39.737,45	62.457,34	66.024,57	850.736,30	1.008.379,49

Fuente: Fundamentos de la Administración Financiera
Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N° 14 Costos de producción de ASOMANDEC.

Los Insumos que se utilizado para la elaboración de los productos de ASOMANDEC lo tenemos detallado a continuación.

Tabla j. costos por Insumo.

Costo por Insumo			
	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tela	600m	3,00	1800,00
Hilo de lana	300ovillos	2,00	600,00
Hilos	400conos	5.00	2000,00
Forros de tela	500m	2,00	1000,00
Botones	800	0,10	80,00
Agujas	200	0,15	30,00
Cierres	400	0,25	100,00
Tizas	80	0.50	40,00
Tijeras	20	6,00	120,00
Alfileres	100	0.05	5,00
Reglas	10	4,00	40,00
Aceite para maquina	7	2,50	17,50
Cinta métrica	10	1,00	10,00
Etiqueta	300	0,10	30,00
Fundas plásticas	200	0,15	30,00
Total de Insumo			5902,50

Fuente: ASOMANDEC

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Para calcular el costo de mano de obra se considere el sueldo básico unificado esto permite saber la hora de producción por unidades.

Tabla k. Costo de mano de obra por unidad

Costo de Mano de Obra por unidad	
Un mes	366,00
Por día (366,00/24)	15,25
Hora (15,25/8)	1,91
Hora de producción para confeccionar una 10 unidades (1,91*10)	19,06

Fuente: ASOMANDEC

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Los costos Indirectos de ASOMANDEC están expuesto. A continuación.

Tabla l. Costos Indirectos de Producción

Costo Indirectos de Producción	
Servicios básicos	142,00
Arriendo	500,00
Total	642,00

Fuente: ASOMANDEC

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

La hoja de costo por unidad permite identificar el precio de venta de la productividad tomando los datos expuesto anterior

Tabla m. Hoja de costo por unidad

Hoja de costo por unidad	
Producto	
Insumo	5902,50
Mano de Obra	19,06
Costos Indirectos	642,00
Costos de Producción	6563,56
Gastos de publicidad	105,00
Préstamo bancarios	31100,00
Costo de venta	37768,56
Utilidad	31205,00
Precio de ventas	68.973,56

Fuente: ASOMANDEC

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N° 15. Presupuesto del plan estratégico de marketing periodo 2015 - 2016

Tabla n. Presupuesto

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Presupuesto para la campaña			400,00
Gastos			
Diseño de un logotipo para ASOMANDEC	2	40.00	80.00
Elaboración de página web			
Blog de ASOMANDEC	1	50.00	50.00
Pinterest de ASOMANDEC	1	50.00	50.00
Material impreso			
Dípticos	1	5.00	5.00
Hojas volantes	1	5.00	5.00
Catalogo	5	5.00	25.00
Tarjeta de presentación	100	0.80	80.00
Cupones	1	5,00	5,00
Total			300.00

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay

Anexo N° 16. Evaluación del plan estratégico de marketing.

Tabla q.

Aspectos	alternativas		Observaciones
	si	no	
1. ¿Considera que se cumpla con el objetivo de incrementar las ventas con la aplicación del plan estratégico de marketing?			
2. ¿Las estrategias utilizadas, son fáciles de comprender y llevarlas a cabo?			
3. ¿Se ha mejorado la atención brindada a los clientes?			
4. ¿Se encuentra mejor capacitado el personal para brindar una buena atención al cliente?			
5. ¿Son efectivas las estrategias implementadas?			
6. ¿ha sido efectiva la publicidad recomendada para dar conocer sus productos.			
7. ¿Ha logrado ASOMANDEC mantener la lealtad de sus clientes después de la aplicación del plan?			
8. ¿Las promociones de las ventas han sido efectivas y reflejadas en su negocio?			

Fuente: La autora

Elaboración: Nube Lucia Asitimbay