



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA: INGENIERÍA DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERO DE EMPRESAS**

**TEMA:**

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA “ASOCIACIÓN DESERVICIOS DE LIMPIEZA AROSEMENA TOLA” 2018-2023.

**AUTOR:**

**CANDO TAYUPANDA JAIRO ELICEO**

**RIOBAMBA - ECUADOR**

2019

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el SR. JAIRO ELICEO CANDO TAYUPANDA, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez su contenido, se autoriza su presentación.

Lic. Víctor Gabriel Avalos Peñafiel

**DIRECTOR TRIBUNAL**

Ing. William Patricio Cevallos Silva

**MIEMBRO TRIBUNAL**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, JAIROELICEO CANDO TAYUPANDA, declaro que el presente trabajado de titulación es de mí autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica del contenido de este trabajo de titulación.

Riobamba, 05 de febrero de 2019

---

JAIROELICEO CANDO TAYUPANDA  
C.C. 1500790223

## **DEDICATORIA**

Mi trabajo investigativo se la dedico a mi familia por el gran sacrificio incansable que han realizado durante mis estudios, por creer en mis capacidades y con el afán de darme días mejores, aunque en el trayecto de estos años hemos atravesado dificultades que han debilitado mi continuidad en mis estudios, a pesar de las adversidades el esfuerzo y dedicación por parte de toda la familia hoy en día estoy en la culminación de mis estudios.

A mi querida amiga Johana Alvarado la que siempre ha estado conmigo apoyándome en los buenos momentos y aún más en los malos momentos, dándome ánimos y motivándome para seguir conquistando mis sueños.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer a mi Padre celestial el Rey de Reyes a mi amado Dios todo poderoso porque me dio la oportunidad de vivir de conocer su amor, su misericordia, porque a pesar de mis malos comportamientos él siempre ha estado ahí apoyándome resolviendo mis problemas porque para el soy su hijo amado.

Agradecer a mi querida institución ESPOCH por abrirme sus puertas e inmiscuirme en un mundo de conocimientos nutriéndome de ello a lo largo de mis estudios logrando un producto de calidad que es capaz de reconocer problemas que aquejan a la sociedad y buscar diferentes soluciones para resolver dicho problema.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada .....	i
Certificación del tribunal .....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido .....	vi
Índice de tablas .....	ix
Índice de gráficos.....	x
Índice de figura .....	xi
Índice de anexos.....	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
Introducción .....	1
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1.1 Formulación del problema .....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	3
1.3 OBJETIVOS .....	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos .....	4
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEORICO -CONCEPTUAL .....</b>	<b>5</b>
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	5
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	6
2.2.1 Comportamiento organizacional.....	6
2.2.2 Clima organizacional .....	6
2.2.3 Cultura organizacional .....	6
2.2.4 Plan .....	7
2.2.5 Estrategia .....	7
2.2.6 Plan estratégico .....	9
2.3 IDEA A DEFENDER .....	16
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO .....</b>	<b>17</b>

3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	17
3.2.1	Investigación Descriptiva .....	17
3.2.2	Investigaciones experimentales .....	18
3.3	MÉTODOS .....	18
3.3.1	Deductivo.....	18
3.3.2	Inductivo .....	18
3.4	TÉCNICAS .....	19
3.4.1	Encuestas .....	19
3.4.2	Entrevistas.....	19
3.5	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	20
3.5.1	Población .....	20
3.5.2	Muestra .....	21
3.6	RESULTADO.....	21
3.7	COMPROBACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER .....	32
3.7.1	Interpretación de los resultados de la idea a defender .....	33
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		34
4.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA .....	34
4.2	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	34
4.2.1	Objetivo General de la Propuesta .....	34
4.2.2	Objetivos Específicos de la propuesta .....	34
4.3	FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA .....	35
4.4	PLAN ESTRATÉGICO DE LA ASOCIACIÓN LIMPIEZA “ASOSERAT”	36
4.5	FORMULACIÓN DE LA MISIÓN .....	37
4.5.1	Misión Propuesta “ASOSERAT” .....	37
4.5.2	¿Por qué se Formuló dicha misión?.....	37
4.6	FORMULACIÓN DE LA VISIÓN .....	38
4.6.1	Visión Propuesta “ASOSERAT” .....	38
4.6.2	¿Por qué se Formuló dicha visión? .....	38
4.7	ANÁLISIS INTERNO/EXTERNO “ASESORAT” MATRIZ FODA .....	39
4.7.1	Matriz de impacto interna .....	39
4.7.2	Matriz de impacto externa .....	40
4.7.3	Matriz de correlación .....	42
4.7.4	Ponderación a la matriz de los factores externos .....	46

4.7.5	Ponderación a la matriz de los factores internos.....	48
4.8	VALORES ORGANIZACIONALES PROPUESTO “ASOSERAT” .....	50
4.9	OBJETIVOS ORGANIZACIONALES PROPUESTOS .....	51
4.9.1	Objetivo financiero .....	51
4.9.2	Objetivo de calidad .....	51
4.9.3	Objetivo para el cliente .....	51
4.9.4	Objetivos procesos internos .....	51
4.9.5	Objetivo tecnológico.....	52
4.9.6	Objetivo de productividad .....	52
4.10	METAS PROPUESTAS PARA LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA “ASOSERAT”.....	52
4.11	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	61
4.12	PRESUPUESTO PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES .....	62
4.13	PLANES DE ACCIÓN PROPUESTOS PARA LA ASOCIACIÓN “ASOSERAT” .....	64
4.14	LINEAMIENTOS OPERATIVOS PROPUESTOS PARA LA ASOCIACIÓN “ASOSERAT” .....	78
	CONCLUSIONES .....	80
	RECOMENDACIONES.....	81
	BIBLIOGRAFÍA .....	83
	ANEXOS .....	86

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Población de Socios ASOSERAT .....	20
Tabla 2:	La asociación cuenta con su misión y visión .....	22
Tabla 3:	Cuenta con valores que regulen sus actividades .....	23
Tabla 4:	Cuenta con objetivos organizacionales que les permita tener un horizonte bien.....	24
Tabla 5:	Posee metas que permitan alcanzar los objetivos planteados .....	25
Tabla 6:	Cuenta con estrategias que les permita el logro de sus objetivos .....	26
Tabla 7:	Posee políticas internas que normen sus actividades .....	27
Tabla 8:	Conoce si la asociación tiene establecidas sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades .....	28
Tabla 9:	Cree que es necesario realizar una planificación estratégica que ayude con el cumplimiento sus aspiraciones .....	29
Tabla 10:	Cuenta con una planificación previa para la realización de sus actividades.	30
Tabla 11:	La asociación cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de sus actividades .....	31
Tabla 12:	Frecuencias conjuntas .....	32
Tabla 13:	Matriz estratégica de la misión “ASOSERAT” .....	37
Tabla 14:	Matriz estratégica de la visión “ASOSERAT” .....	38
Tabla 15:	Parámetros de medición FODA interna .....	39
Tabla 16:	Matriz FODA interna.....	39
Tabla 17:	Parámetros de medición foda externa .....	40
Tabla 18:	Matriz foda externa.....	41
Tabla 19:	Parámetros de medición para la matriz de correlación de las variables debilidad y amenaza.....	42
Tabla 20:	Parámetros de medición para la matriz de correlación de las variables debilidad y amenaza.....	42
Tabla 21:	Matriz de aprovechabilidad FODA, debilidades y amenazas.....	43
Tabla 22:	Matriz de aprovechabilidad foda, fortaleza y oportunidades.....	44
Tabla 23:	Matriz priorizada.....	45
Tabla 24:	Ponderación factores externos .....	46
Tabla 25:	Matriz de medios externos .....	47

Tabla 26: Ponderación a factores internos .....	48
Tabla 27: Matriz de medios internos.....	49
Tabla 28: Matriz foda cruzada o estratégico .....	54
Tabla 29: Ponderación de las estrategias .....	56
Tabla 30: Alineamiento estratégico .....	58
Tabla 31: Cronograma de actividades propuesto ASOSERAT .....	61
Tabla 32: Presupuesto para la realización de actividades .....	62

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: La asociación cuenta con su misión y visión .....	22
Gráfico 2: Cuenta con valores que regulen sus actividades .....	23
Gráfico 3: Cuenta con objetivos organizacionales .....	24
Gráfico 4: Posee metas que permitan alcanzar los objetivos planteados .....	25
Gráfico 5: Cuenta con estrategias que les permita el logro de sus objetivos .....	26
Gráfico 6: Posee políticas internas que normen sus actividades .....	27
Gráfico 7: Conoce si la asociación tiene establecidas sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades .....	28
Gráfico 8: Cree que es necesario realizar una planificación estratégica que ayude con el cumplimiento sus aspiraciones .....	29
Gráfico 9: Cuenta con una planificación previa para la realización de sus actividades .....	30
Gráfico 10: La asociación cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de sus actividades .....	31
Gráfico 11: Frecuencias conjuntas .....	32

## ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1:	Corrección de debilidades.....	xi
Figura 2:	Afrontar las amenazas actuales.....	66
Figura 3:	Mantener las fortalezas .....	67
Figura 4:	Aprovechamiento de las oportunidades.....	68
Figura 5:	Aplicación de un Marketing eficiente.....	69
Figura 6:	Organigrama Propuesto asociación ASOSERAT .....	70
Figura 7:	Manual de funciones propuesto asociación ASOSERAT.....	71
Figura 8:	Fidelización de los clientes actuales .....	75
Figura 9:	Modelos de motivación propuesto para los socios de la asociación ASOSERAT .....	76
Figura 10:	Propuesta de promociones a los servicios brindados.....	77

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1:	Encuesta aplicativa .....	86
Anexo 2:	Resultado de las encuestas .....	88
Anexo 3:	Fotografías del investigador en la Asociación “ASOSERAT” .....	90

## **RESUMEN**

El presente trabajo investigativo está orientado a desarrollar el plan estratégico de la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola ASOSERAT, del cantón Carlos Julio Arosemena Tola, provincia de Napo, para el periodo 2018-2023, con la finalidad de aportar al desarrollo económico de la asociación, que permita contar con herramientas y técnicas operativas para obtener una administración eficiente de la misma. Para lo cual se utilizó la investigación de campo por medio de una encuesta aplicada de manera directa a los socios de la entidad, además se realizó el análisis FODA la misma que permitió conocer su situación actual. Dando como resultado de las encuestas realizadas y analizadas que existe un 92% de aceptabilidad para la realización de un plan estratégico frente a un 8% de actitud desfavorable, la Asociación no cuenta con una filosofía empresarial que oriente el esfuerzo de sus socios, además no cuenta con un organigrama estructural que refleje su estructura administrativa. Para lo cual se realizó los siguientes direccionamientos estratégicos, la misión, visión, valores, objetivos, metas, estrategias de capacitación, publicidad y productividad las mismas que permitirá a la entidad mejorar su situación actual. Se recomienda que la Asociación implemente las actividades de acuerdo al cronograma realizado para la ejecución del plan estratégico.

**PALABRAS CLAVE:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <PLAN ESTRATEGICO>, <TÁCTICA>, <FODA>, <ASOCIACIÓN-ASOCIATIVIDAD>, <SERVICIOS DE LIMPIEZA>, <FILOSOFÍA EMPRESARIAL>, <AROSEMENA TOLA (CANTÓN)>.

Lic. Víctor Gabriel Avalos Peñafiel

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **ABSTRACT**

The present research work is oriented to develop the strategic plan of the Association of cleaning services Arosemena Tola ASOSERAT, of Carlos Julio Arosemena Tola canton, Napo province, for the period 2018-2023, with the purpose of contributing to the economic development of the association, which allows to have tools and operative techniques to obtain an efficient administration of the same. For which the field research was used through a survey applied directly to the partners of the entity, the FODA analysis was also performed, which allowed to know its current situation. Giving as a result of the surveys conducted and analyzed that there is a 92% of acceptability for the realization of a strategic plan compared to an 8% of unfavorable attitude. The Association does not have a business philosophy that guides the efforts of its members, and does not have a structural organization chart that reflects its administrative structure. For which the following strategic directions were carried out: the mission, vision, corporate values, objectives, goals, training strategies, advertising and productivity, which will allow the entity to improve its current situation. It is recommended that the Association implement the activities according to the schedule made for the execution of the strategic plan.

**KEY WORDS:** <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <STRATEGIC PLAN>, <FODA>, <CLEANING SERVICES>, <BUSINESS PHILOSOPHY>, <CARLOS JULIO AROSEMENA TOLA (CANTON)>.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas para subsistir en el mercado y tener éxito deben emplear un plan estratégico. Por lo tanto, la asociación “ASOSERAT” debe contar con una planificación estratégica bien analizada y definida sus fortalezas, debilidades amenazas y oportunidades que afectan y favorecen a la misma desarrollando actividades que permitan convertir lo negativo en positivo e ir mejorando en el tiempo permitiendo a la asociación tener bien establecido su visión con estrategias oportunas que permitan lograr el objetivo deseado.

En el proceso de la planificación estratégica involucra a todos los socios como actores fundamentales para llevar a cabo cada una de las decisiones que se empleen en esta actividad, debido a que las empresas están en constante innovación y cambios la asociación “ASOSERAT” debe estar a la par de sus competidores para poder permanecer en el mercado.

La propuesta de la misión, visión, estrategias, métodos y objetivos se realizaron de acuerdo a especificaciones de autores renombrados cada uno de ellos citados en esta investigación las mismas que permitirán a los socios obtener un sentido de pertenencia y empoderamiento y tener un horizonte bien definido para que todos sus esfuerzos estén dirigidos a alcanzarlos

Las limitaciones que la asociación presenta sería la obtención de información histórica, ya que esta es una asociación con vida jurídica de apenas un año, es por eso que en esta planificación es necesario sentar las bases para que a partir de este momento tenga un crecimiento favorable.

# **CAPÍTULO I: PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La asociación de servicios de limpieza Arosemena tola “ASOSERAT”, empieza sus actividades el 14 de diciembre de 2017, con la finalidad de brindar un servicio eficiente a las empresas públicas y privadas, para una buena prestación de servicios se realizó la capacitación de los socios a través del SECAP en cuanto a la manipulación de las herramientas y materiales que se emplean en este tipo de actividades, en la actualidad la asociación se encuentra habilitada por el SERCOP, para prestar los servicios de limpieza a las empresas que así lo requieran.

En un breve diagnostico se determinó que la asociación no cuenta con unas buenas bases para para su crecimiento en el largo plazo.

La asociación no cuenta con una filosofía claramente bien definida, así como su misión, visión, valores y principios, no conocen sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades las cuales les permita aprovechar al máximo sus potencialidades y revertir sus aspectos negativos, esto ocasiona que los socios de la asociación “ASOSERAT” no tengan un horizonte a donde se pretende llegar, lo cual permite la confusión y el desorden en sus actividades.

La asociación “ASOSERAT” es una entidad con vida jurídica nueva que no posee un plan estratégico solido por lo que claramente se evidencia la falta de planificación en sus actividades de corto, mediano y largo plazo, lo que ocasiona la falta de empoderamiento en sus socios y la falta de rendimiento en sus actividades diarias en si no cuenta con una buena cimentación en donde la asociación pueda permanecer en el tiempo.

De la misma manera la asociación no tiene establecido sus estrategias que les permita obtener un buen resultado financiero y de venta sobre la competencia, sin este componente igual de importante la asociación estaría siendo vulnerable, ante la competencia y ante la propia falta de planificación siendo este el factor que el sueño de muchos de los socios no lleguen a un buen término.

### **1.1.1 Formulación del problema**

¿El diseño de un plan estratégico para la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, ubicada en la Avenida Amazonas y calle Carchi, Cantón Carlos julio Arosemena Tola, fortalecerá sus capacidades y les permitirá permanecer con éxito en el tiempo?

### **1.1.2 Delimitación del problema**

La presente investigación se realizará en la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, Cantón Carlos Julio Arosemena Tola Provincia de Napo.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se justifica al reconocer que la Escuela Superior politécnica de Chimborazo aporta con profesionales de calidad y calidez para que sean capaces de localizar el problema y dar una o varias soluciones a la misma.

La investigación permitirá a través de la teoría cimentar en buenas bases a la asociación mediante el aporte del conocimiento científico y conociendo cada uno de los conceptos necesarios para diseñar un plan estratégico, la misma que permitirá realizar los correctivos necesarios en caso de alguna anomalía, permitiendo tomar decisiones oportunas en el momento adecuado.

En la presente investigación se pretende poner en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera universitaria de esta manera fortaleciendo la capacidad de identificar y resolver un problema de la vida real, mediante este aporte generar un valor agregado a la asociación la misma que nos permitirá diferenciarnos de la competencia.

La presente investigación justificara desde la perspectiva metodológica mediante el cual permitirá el uso de una serie de procedimientos, métodos y técnicas de investigación las mismas que ayudaran a recolectar información oportuna y veraz, que permitan obtener un resultado óptimo.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo general**

Diseñar un plan estratégico para la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola ASOSERAT, 2018-2023

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Diseñar la filosofía para la asociación mediante el uso de métodos y técnicas.
- Realizar un análisis interno, externo para determinar la situación actual de la Asociación de Servicio de Limpieza Arosemena Tola.
- Fijar los objetivos, estrategias, planes de acción y operativos que permitan corregir las desviaciones detectadas.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEORICO -CONCEPTUAL**

### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Según Tobar, (2007), en su trabajo investigativo titulado: “Elaboración de un plan estratégico para la empresa rhenania S.A” ubicado en la ciudad de Quito, planteo como objetivo general “mejoramiento de la competitividad de la empresa de la empresa rhenania S.A”. Determinando la siguiente conclusión: “la empresa ha debido adoptar en su gestión una herramienta útil como es la planificación estratégica. La cual busca competir con eficiencia. Este proyecto permitirá que la organización tome parte activa en el lugar de reactiva, en la configuración de su futuro y así estar preparados para enfrentar el entorno de exigencias que tiene el ambiente de negocios en la actualidad” (pág. 147)

Este antecedente tiene relación con la planificación estratégica a plantearse en la asociación “ASOSERAT”, por lo tanto, es de valiosa importancia la implementación de un plan estratégico en la asociación ya que mediante este plan se dará a conocer a los socios, la misión, visión, objetivos, principios y estrategias con el propósito de empoderarlos más en el afán de un futuro mejor para la empresa y por ende a los socios.

Según Mendoza (2014) en su trabajo investigativo titulado: “Diseño del plan estratégico 2013-2017 para la empresa Patricia Ramírez” Planteo como objetivo general “formular el plan estratégico 2013-2017, para la empresa Patricia Ramírez, con el fin de mejorar sus procesos, y a su vez optimizar su gestión en general” Determinando la siguiente conclusión: “Es importante que toda la empresa cuente con un plan estratégico no solo para que la gerencia cumpla con los requisitos organizacionales, sino porque este al ser socializado con todo el personal de la organización crea sinergia para el desarrollo de los objetivos, asimismo cada empleado tendrá en cuenta hacia dónde quiere ir y estará comprometido con seguir ese camino” (pág. 128)

Como se puede apreciar este antecedente investigativo tiene relación con el tema de tesis a realizar, debido a la alta incidencia que crea con los miembros de la organización creando una sinergia de trabajo en conjunto.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1 Comportamiento organizacional**

Es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la ética de tales organizaciones.

Para resumir nuestra definición, el CO se ocupa del estudio de lo que la gente hace en una organización y como repercute esa conducta en el desempeño de la organización. Como el CO se interesa particularmente en las situaciones que atañen al empleo, no es de sorprender que se destaque el comportamiento en lo que se refiere al trabajo, puestos, ausentismos, rotación, productividad, desempeño humano y administración. (Stephen , 2014, pág. 8)

### **2.2.2 Clima organizacional**

El clima organizacional lo constituye el medio interno de una organización, la atmosfera que existe en cada organización, incluye diferentes aspectos de la situación que se sobreponen mutuamente en diversos grados, como el tipo de organización, la tecnología, las políticas de la compañía, las metas operacionales, los reglamentos internos (factores estructurales). Además de las actitudes, sistemas de valores, formas de comportamiento sociales que son sancionados (factores sociales). (Mendez, 2006, pág. 33)

### **2.2.3 Cultura organizacional**

“Es un patrón de concepciones que un grupo determinado, descubierto o desarrollo en el aprendizaje de enfrentamiento a sus problemas de adaptación externa e integración interna que ha trabajado lo suficientemente bien para ser considerado valido y por lo tanto, enseñado a los nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y sentir con relación a esos problemas” (Schien, 1988, pág. 481)

Para tener una perspectiva más clara sobre la planificación estratégica definiremos cada uno de estos componentes según varios autores, para posteriormente encontrar la relación y tener un conocimiento exacto de un plan estratégico.

**A continuación, se presentan varios conceptos de plan.**

#### **2.2.4 Plan**

Según Díaz (2005) “Es en esencia una secuencia de decisiones fundamentales, las que eventualmente deberán convertirse también en una secuencia de acciones” (pág. 92)

Según Velasco (2017) el plan “Es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial” (pág. 11)

Según Saavedra, Castro, Restrepo & Rojas (2001) “Implica tener una visión, entendida ésta como la representación mental o imagen objetivo del futuro deseable y posible.”. (pág. 33)

Según Zorita (2015) “El plan es una función básica que permite que las empresas se preparen hoy para competir en escenarios futuros, controlando riesgos y aprovechando oportunidades” (pág. 15)

Según Hernández (2011) “Es un instrumento de disciplina de una actividad preordenada a la obtención de determinados objetivos, es decir un conjunto de instrumentos, medios y medidas destinados al logro de ciertos objetivos, fines y, metas. (pág. 141)

Para mí el plan es preparan las cosas (recursos económicos, humanos, tecnológicos, etc.) anticipadamente para poder enfrentarlos en un futuro de corto, mediano y largo plazo.

#### **2.2.5 Estrategia**

Según Carrión (2007) “Es un modo de dar explícitamente forma a las metas y objetivos de largo plazo de la organización, definiendo los principales programas de acción

necesarios para alcanzar dichos objetivos y desplegando los recursos necesarios” (pág. 25)

“Es la ciencia y arte de concebir, utilizar y conducir los medios y los recursos naturales, espirituales y humanos en un tiempo y en un espacio determinado para alcanzar y mantener en su caso los objetivos establecidos utilizando lo mejor posible los medios que se disponen” (Pérez, 2005, pág. 7)

Según Gallardo (2012)“Una estrategia tienen por objetivo asegurar a la empresa una ventaja competitiva sostenible y duradera, frente a las fuerzas competitivas de un mercado concreto, a partir del análisis externo e interno “ (pág. 211)

Según Chiavenato & Sapiro (2010)“La estrategia es básicamente, el curso de acción que la organización elige, a partir de la premisa de que una posición futura diferente le proporcionara ganancias y ventajas en relación con su situación actual” (pág. 4)

“Es la creación de oportunidades mediante la acumulación de recursos y competencias en una organización. Esto se conoce como el enfoque de recursos y capacidades, que se ocupa de explotar la capacidad estratégica de una organización, en términos de recursos y competencias, para lograr una ventaja competitiva y/o nuevas oportunidades” (Johnson, Scholes, & Whittington, 2006, pág. 11)

Las estrategias en una empresa son el medio que permitirá alcanzar a las metas y objetivos planteados con anterioridad. La falta de estas estrategias garantiza un fracaso total. Por tal motivo la creación de estrategias debe ser una tarea prioritaria y primordial si su deseo es permanecer en el mercado con éxito.

Las estrategias son una combinación de acciones y enfoques de negocios planeados, y de reacciones adecuadas a las condiciones imprevistas.

Cabe mencionar que las estrategias en una empresa es algo que los administradores deben ir modificando a medida que los acontecimientos trasciendan fuera y dentro de la misma.

### **2.2.6 Plan estratégico**

“Consiste en concebir un futuro deseable y definir los medios reales para alcanzarlos. Los medios son fundamentales aquellas acciones y decisiones ordenadas que llevan a término aquellas personas, entidades, empresas e instituciones que tienen capacidad de influir en el desarrollo de los acontecimientos y en la definición del futuro” (Hermosilla, 1999, pág. 13)

“Es una función y una herramienta de la administración que consiste en un esfuerzo organizado para producir una perspectiva del futuro de la sociedad y del papel de la organización en ella, así como de las decisiones y acciones que deben tomarse para conducir hacia ese horizonte” (Díaz, 2005, pág. 91)

“Es un proceso que mantiene unido al equipo directivo para traducir la misión, visión y estrategias en resultados tangible; asimismo, reduce conflictos y fomenta la participación y el compromiso en todos los niveles de la organización con los esfuerzos requeridos para hacer realidad el futuro que se desea”. (Ortega , 2010)

“Es el documento guía congruente con la razón de ser de la organización, le muestra el camino a seguir para que en forma integral y coordinada logre lo que desea ser y hacer a largo plazo, de 3 a 5 años; dicho plan es desarrollado del más alto nivel jerárquico” (Lerma & Barcena, 2012)

“La planificación estratégica es un proceso orientado a la acción, es decir el análisis se hace en estrecha relación con la realidad existente y las capacidades reales” (Hermosilla, 1999, pág. 13)

El plan estratégico en las empresas es importante en la alta dirección de la empresa, mediante las cuales se podrán determinar la visión, misión, objetivos, políticas y estrategias de la organización considerando las fuerzas y debilidades internas, así como también las oportunidades y riesgos del entorno.

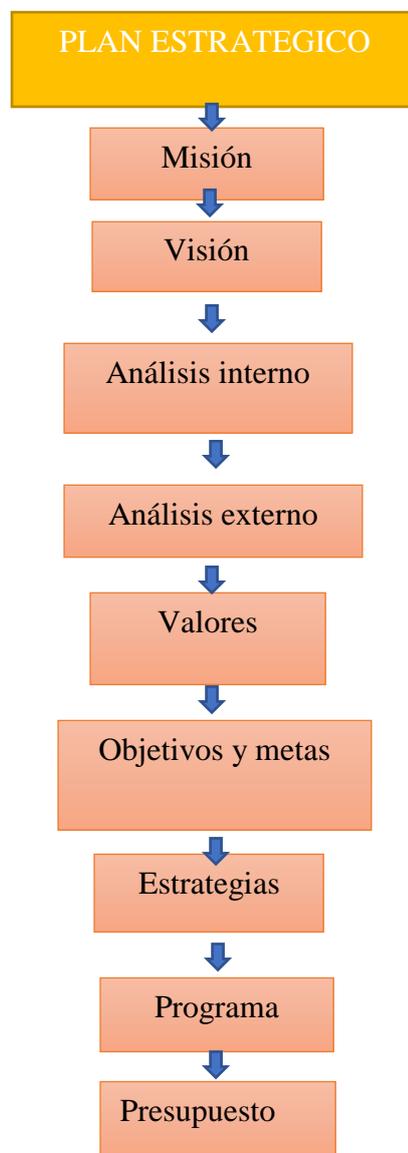
Cabe mencionar que la planeación estratégica se definirá como un plan maestro en el cual la alta dirección de la empresa precisa su visión, misión, objetivos y estrategias.

Dichas estrategias están diseñadas a alcanzar las metas y objetivos de corto mediano y largo plazo, siempre y cuando dichas estrategias sean monitoreadas periódicamente si es el caso modificarlo de acuerdo a las necesidades que surjan en el camino.

### 2.2.6.1 El proceso de planeación estratégica

El hilo conductor es un diagrama en el cual se detallan los contenidos a desarrollarse de manera ordenada.

Según (Lerma & Barcena, 2012) menciona los siguientes procesos:



### **2.2.6.1.1 Misión**

Lerna & Barcena (2012) “El propósito específico de una organización indica que le da sentido a una “unidad estratégica de negocios” (UNE) al describir las pulsiones que motivaron su creación, así como las características perdurables de la misma” (pág. 34).

Toda misión puede entenderse y explicarse a partir de cuatro referentes básicos

Esencia. ¿Qué es y para qué sirve?

Producto o servicio. ¿Qué hace o debe hacer la empresa?

Mercado. ¿Por qué hace lo que hace?

Es importante que la asociación cuente con su misión para que los socios tengan conocimiento de las actividades que realizan.

### **2.2.6.1.2 Visión**

“Perspectiva de lo que se desea que llegue a hacer la organización, al final del periodo que comprende el plan estratégico. Es un vistazo anticipado a la imagen que se tiene del éxito o del futuro procurado. Se expresa en términos de crecimiento, diversificación, nuevos sectores donde se desea operar, participación de mercado, ventajas competitivas, rentabilidad, etc.” (Lerma & Barcena, 2012, pág. 39).

Se implementará la visión en la asociación para que tengan definido un mismo horizonte a donde se pretende llegar en un determinado periodo de tiempo

### **2.2.6.1.3 Valores**

Lerna & Barcena (2012) “Constituye el marco axiológico dentro del cual se conducirá la organización en la búsqueda de objetivos. Sirve para establecer en términos amplios y abstractos la forma en que se desarrollara el comportamiento cotidiano” (pág. 41)

**Los valores responden a las siguientes características:**

- Necesitan ser conocidos por todos los miembros de la empresa.

- Son ineludibles para guiar la vida interna de la organización, así como proyectar una imagen favorable hacia el exterior.
- Buscan el bienestar colectivo.
- Se implementarán valores organizacionales para que los socios se rijan a esta norma de conducta y sea una asociación que marque la diferencia en su actuar.

#### **2.2.6.1.4 Objetivos**

“Resultados deseados y altamente probables para ser alcanzados. Su función es alcanzar lo que la misión establece y busca. Los objetivos no tratan con ideales, intenciones y abstracciones no cuantificables, si no que se expresan en términos medibles y alcanzables. Todo objetivo debe ser alcanzable (factible), cuantificable, conveniente, aceptable, flexible, motivador, comprensible, contener cierto grado de obligatoriedad y participación de las personas, estar ubicado dentro de un periodo de tiempo y quedar registrado por escrito” (Lerma & Barcena, 2012, pág. 48).

#### **Los objetivos deben ser:**

- unidos en el tiempo.
- Aceptables.
- Flexibles.
- Escritos.
- Participación de personas.
- Obligatorios.
- Convenientes.
- Cuantificables.
- Factibles.

se establecerán objetivos organizacionales para que los socios tengan conocimiento hacia donde se pretende llegar

### **2.2.6.1.5 Metas**

“Es aquello que se desea alcanzar a corto plazo (menos de 1 año), y que usualmente constituye una etapa o parte en el logro de un objetivo cuyos alcances son mayores.

Una meta es útil para orientar acciones de corto plazo, las cuales representan retos más inmediatos que los objetivos, mientras más metas se cumplan, más cerca se estar de cumplir uno o varios objetivos, las metas son fines alcanzables en el corto plazo, están en constante cambio y se organizan de manera jerárquica” (Lerma & Barcena, 2012, pág. 50)

Se implementarán las metas en la asociación para que permitan alcanzar los objetivos planteados anteriormente.

### **2.2.6.1.6 Análisis interno**

Lerma & Barcena (2012) “Consiste en estudiar a fondo rubros y actividades que son controlables por la organización. Es útil para hacer comparaciones con la competencia, pues un análisis interno puede arrojar insuficiencias o ventajas relativas de la UEN” (pág. 51).

Indique de acuerdo con el sistema FODA, cuáles son las fuerzas y debilidades, tanto propias (internas) como de nuestros principales competidores (externas), y cuáles son las oportunidades o riesgos (amenazas que pudiese presentar el mercado y medio ambiente externos).

mediante el análisis interno se determinarán sus debilidades y fortalezas mediante el cual se aprovecharán al máximo sus aspectos positivos y buscar revertir lo negativo. (P.51)

### **2.2.6.1.7 Análisis externo**

Lerma & Barcena (2012) “Se encarga de reconocer las características del espacio en el que se desempeña la organización. Este análisis enfoca circunstancias sobre las cuales la UEN tiene poca incidencia” (pág. 53)

Oportunidades. Situaciones de posible ventaja para la organización que son circunstancias y que dependen del entorno.

Amenazas. Son circunstancias de riesgo potencial que se puede convertir en escenarios desfavorables para la empresa.

Mediante el análisis externo se determinarán sus amenazas y oportunidades mediante el cual se aprovecharán al máximo sus aspectos positivos y buscar revertir lo negativo.

#### **2.2.6.1.8 Estrategias**

“Las estrategias son alternativas o recursos de acción que muestran los medios, los recursos y los esfuerzos que deben emplearse para lograr los objetivos.

A través de las estrategias se plantean como lograr específicamente y de la mejor manera los objetivos. Por ello, es que existen tantas estrategias como objetivos se definan en una organización” (Lerma & Barcena, 2012, pág. 61)

#### **2.2.6.1.9 Programa**

Lerma & Barcena (2012) “Concretiza la planificación en función del logro de objetivos. Establece un orden de calendarización de actividades en tiempos delimitados además de enunciar a las áreas, empleados y recursos involucrados” (pág. 66).

Para diseñar el programa de trabajo se podrán utilizar cronograma, grafica de Gantt o de barras, o bien para programas más complejos, utilizar una red de actividades de tipo PERT, a continuación, un ejemplo de herramientas para la planeación.

#### **2.2.6.1.10 Presupuesto**

Lerma & Barcena (2012) “Es un programa de asignación de recursos monetarios en función de actividades determinadas. Estiman la destinación de capital, os costes de cada departamento, etcétera” (pág. 67)

## **Descripción de los elementos a analizar en el ambiente interno y externo de la asociación**

### **Servicios**

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades que se pueden planificar desempeñadas por un gran número de personas (funcionarios, empleados, empresarios) que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados).

**Recursos humanos.-** “Es la organización y trato de las personas en el trabajo, de manera que desarrollen plenamente sus capacidades y contribuyan al logro de los objetivos de la empresa y al mismo tiempo obtengan, mediante la actividad que ejecutan, su propia realización como seres humanos” (Baquero, 2005, pág. 65)

**Administrativo.-** “se le llama proceso administrativo porque dentro de las organizaciones se sistematizan una serie de actividades importantes para el logro de objetivos: en primer lugar, estos se fijan, después se delimitan los recursos, necesarios, se coordinan las actividades y por último se verifica el cumplimiento de los objetivos” (Blandez, 2014, pág. 10)

**Economía.-** Según Sanfuentes (1997) “La economía es aquella rama de las ciencias que estudia el comportamiento humano en la solución del problema de la escasez” (pág. 5).

**Competencia.-** según Alles (2006) “Es una característica subyacente en el individuo que esta casualmente relacionada con un estándar de efectividad y/o performance superior en un trabajo o situación” (pág. 97).

**Tecnología.-** Según Sánchez (2012) “Es el conjunto de conocimientos propios de un arte industrial, que permite la creación de artefactos o procesos para producirlos” (pág. 19)

### **2.3 IDEA A DEFENDER**

El plan estratégico aportara favorablemente en el desempeño de la rentabilidad de la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO**

### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

De campo: La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (Stracuzzi & Martins, 2006)

En la presente investigación se empleará la investigación de campo debido a sus ventajas que ofrece realizar bajo esta modalidad, mediante el cual permitirá obtener información primaria y directa de los individuos.

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Según (Bernal, 2006) determina los siguientes tipos de investigación:

#### **3.2.1 Investigación Descriptiva**

Bernal (2006) la investigación descriptiva “es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto”.

La investigación descriptiva es uno de los tipos o procedimientos investigativos más populares y utilizados por los principiantes en la actividad investigativa.

Para la presente investigación se utilizará este tipo de investigación para llegar a conocer la situación real de los socios de la asociación “ASOSERAT”,

### **3.2.2 Investigaciones experimentales**

“El investigador es un observador meticuloso y sistemático que obtiene información del objeto de estudio mediante encuestas, entrevistas, documentos, análisis de vestigios, etcétera, que luego procesa e interpreta con lo que redacta un informe, pero no ejerce ninguna acción directa que implique actuar sobre el objeto de estudio para conocer la información producida como consecuencia del acto ejercido por él” (Bernal, 2006).

En el presente trabajo se utilizará la investigación experimental, para determinar las situaciones que aquejan a la asociación y mediante las cuales se establecerán estrategias que ayuden a mitigar los problemas encontrados en la investigación, para que de esta manera la asociación tome un rumbo diferente.

## **3.3 MÉTODOS**

Según (Sanchez , 2012) determina al método deductivo e inductivo de la siguiente manera:

### **3.3.1 Deductivo**

“El método deductivo lo empleamos corrientemente tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones a los problemas planteados y comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con ellas” (Sanchez , 2012, pág. 56)

En este proyecto se utilizará el método deductivo, el cual permite obtener conclusiones generales a partir de premisas específicas.

### **3.3.2 Inductivo**

“Este método es utilizado en la ciencia experimental. Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de resultados de observaciones o experiencias para plantear resultados universales tales como hipótesis y teorías. Ellos es como decir que la naturaleza se comporta siempre igual cuando se dan las mismas circunstancias, la cual

es como admitir que bajo las mismas condiciones experimentales se obtienen los mismos resultados, base de la receptibilidad de las experiencias, lógicamente aceptado” (Sanchez , 2012, pág. 56)

Se utilizó este método mediante la observación de fenómenos particulares dentro de la asociación “ASOSERAT” con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales.

### **3.4 TÉCNICAS**

#### **3.4.1 Encuestas**

La encuesta es una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores y confianzas a una población. (Ildefonso & Abascal , 2005)

En el presente trabajo se aplicará la técnica de la encuesta, la misma que permitirá recolectar información importante para tener un conocimiento claro de la situación actual de la asociación “ASOSERAT”

#### **3.4.2 Entrevistas**

“La entrevista es un intercambio verbal, que nos ayuda a reunir datos durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia de su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con un problema específico”. (Ibañez & Lopez )

Esta técnica será aplicada a la investigación, mediante el cual se recolectará información de primera mano sobre los problemas que aquejan a la asociación.

### 3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.5.1 Población

“Se designa con este término a cualquier conjunto de elementos que tienen unas características comunes. Cada uno de los elementos que integran tal conjunto recibe el nombre de individuo. Debido a la imposibilidad en la mayoría de los estudios de poder estudiar todos los sujetos de una población, se hace necesario la utilización de subconjuntos de elementos extraídos de la población. Dicho subconjunto es denominado muestra” (Martel & Vegas , 1997).

La población para la siguiente investigación en la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT” es de 15 socios siendo los mismos de la directiva como los operarios para la prestación del servicio.

**Tabla 1:**  
**Población de Socios ASOSERAT**

Cargo	N°
Representante legal	
Gerente	1
Vocales de la junta directiva	
Primer vocal principal	1
Primer vocal suplente	1
Segundo vocal principal	1
Segundo vocal suplente	1
Tercer vocal principal	1
Tercer vocal suplente	1
Cuarto vocal principal	1
Cuarto vocal suplente	1
Vocales de la junta de vigilancia	
Primer vocal principal	1
Primer vocal suplente	1
Segundo vocal principal	1
segundo vocal suplente	1
Tercer vocal principal	1
Tercer vocal suplente	1
Total	15

Datos obtenidos en el campo  
Autor: Jairo Cando

### **3.5.2 Muestra**

“la muestra es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población, y representativos de la misma. Existen diversas formas de obtención de la muestra en función del análisis que se pretende efectuar” (Martel & Vegas , 1997).

Al ser un número reducido de 15 socios en la asociación no se realizará muestras para la encuesta sino se tomará en cuenta a todos ellos “PROCESO CENSAL”.

### **3.6 RESULTADO**

Análisis de los resultados de las encuestas

**Pregunta numero 1 ¿La asociación cuenta con su misión y visión?**

**Tabla 2:**

**La asociación cuenta con su misión y visión**

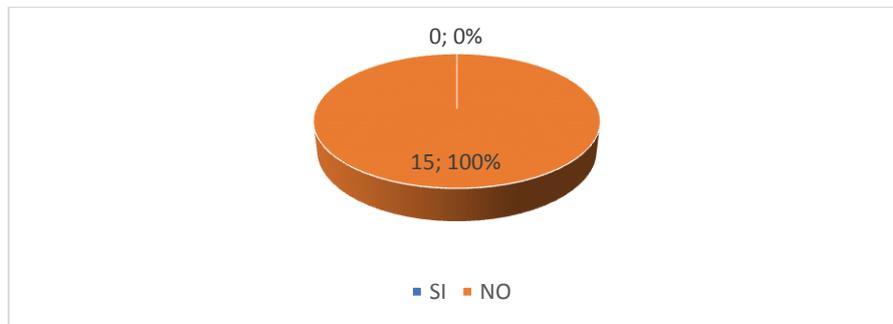
Variable	Frecuencia
SI	0
NO	15
TOTAL	15

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 1:**

**La asociación cuenta con su misión y visión**



Fuente: Tabla N°2

Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - Del personal encuestado 15 socios señalaron que no cuentan con su misión, lo que representa al 100% de los encuestados.

**INTERPRETACIÓN.** - Del total de los socios encuestados indicaron que la asociación no cuenta con su misión y visión, siendo este un indicador para que él representante tome decisiones inmediatas que mejore su situación actual.

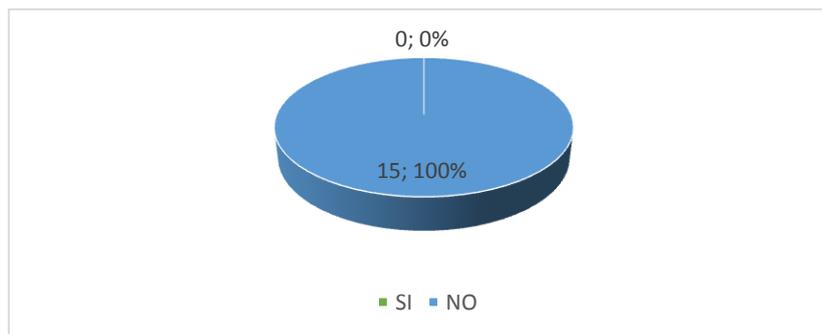
**Pregunta numero 2 ¿La asociación cuenta con sus propios valores que regulen las actividades que realiza sus socios?**

**Tabla 3:**  
**Cuenta con valores que regulen sus actividades**

Variable	Frecuencia
SI	0
NO	15
TOTAL	15

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 2:**  
**Cuenta con valores que regulen sus actividades**



Fuente: Tabla N°3  
Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - Del total de los socios encuestados 15 señalaron que no cuentan con valores organizacionales que regulen sus actividades, representado a al 100% de los encuestados.

**INTERPRETACIÓN.** - En base a los resultados se determina que la asociación no cuenta con valores organizacionales que regulen sus actividades que desarrollan, esto provoca que los socios no tengan conocimiento del valor que corresponde cada actividad que se realiza, realizando toda de forma empírica.

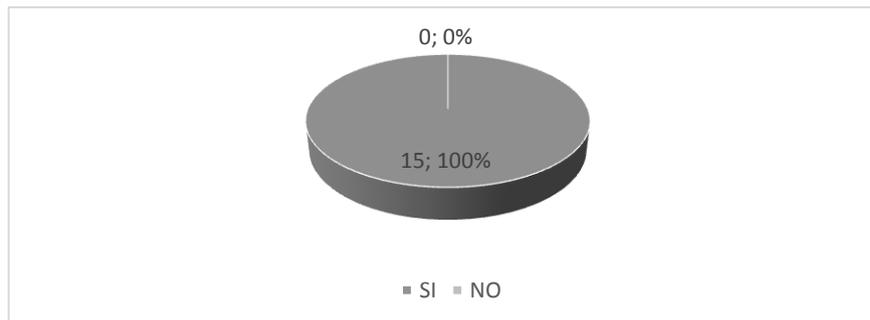
**Pregunta numero 3 ¿La asociación ha establecido objetivos organizacionales que les permitan tener un horizonte bien definido?**

**Tabla 4:**  
**Cuenta con objetivos organizacionales que les permita tener un horizonte bien**

Variable	Frecuencia
SI	0
NO	15
TOTAL	15

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 3:**  
**Cuenta con objetivos organizacionales**



Fuente: Tabla N°4  
Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - De los socios encuestados 15 indicaron que no cuentan con objetivos organizacionales, representando el 100% de los socios encuestados.

**INTERPRETACIÓN.** - El total de los socios encuestados señalaron que no poseen objetivos organizacionales, siendo este un precedente para que la directiva tome las medidas correctivas necesarias.

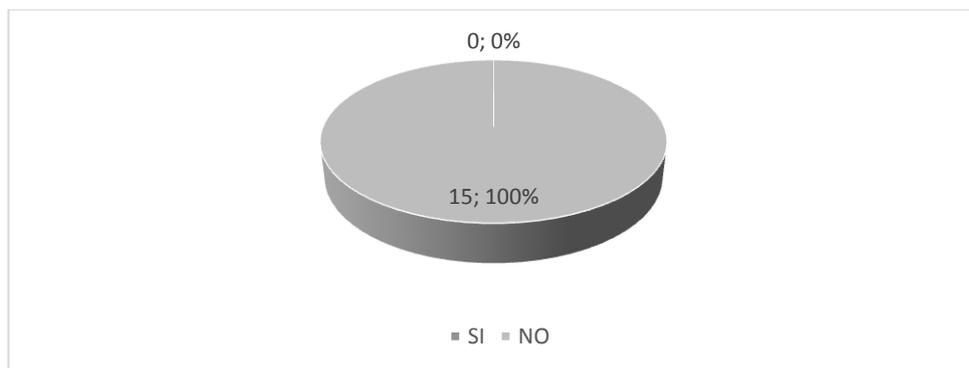
**Pregunta numero 4 ¿La asociación posee metas que permitan alcanzar los objetivos planteados?**

**Tabla 5:**  
**Posee metas que permitan alcanzar los objetivos planteados**

Variable	Frecuencia
SI	0
NO	15
TOTAL	15

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 4:**  
**Posee metas que permitan alcanzar los objetivos planteados**



Fuente: Tabla N°5  
Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - Del total de los socios encuestados señalaron que la asociación no posee metas que les permitan alcanzar los objetivos organizacionales.

**INTERPRETACIÓN.** - El 100% de los socios encuestados señalaron que no poseen metas lo cual es factor alármate para la asociación el cual indica que no están definiendo su futuro a corto y a largo plazo.

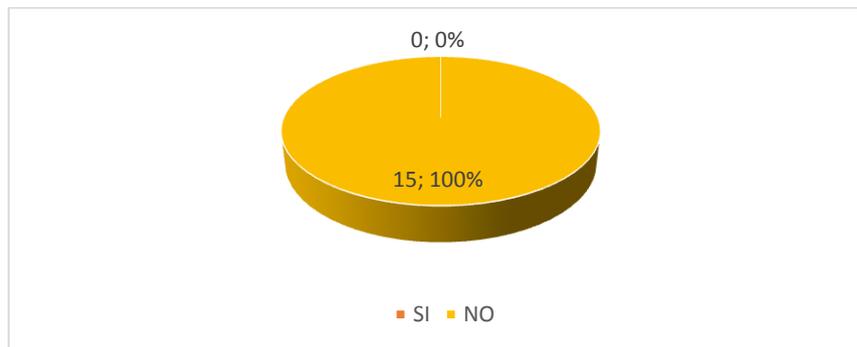
**Pregunta numero 5 ¿La asociación cuenta con estrategias que permitan el logro de sus objetivos?**

**Tabla 6:**  
**Cuenta con estrategias que les permita el logro de sus objetivos**

Variable	Frecuencia
SI	0
NO	15
TOTAL	15

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 5:**  
**Cuenta con estrategias que les permita el logro de sus objetivos**



Fuente: Tabla N°6  
Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - Del total de los socios encuestados 15 de ellos señalaron que no poseen estrategias que les permita el logro de sus objetivos, representando al 100% de los socios.

**INTERPRETACIÓN.** - Mediante la encuesta realizada a los socios en su totalidad mencionan que la asociación “ASOSERAT” no dispone de estrategias que les permitan alcanzar los objetivos, siendo este un problema a tomar en cuenta por la administración, debido a la importancia que implica emplear este método para poder subsistir en el mercado.

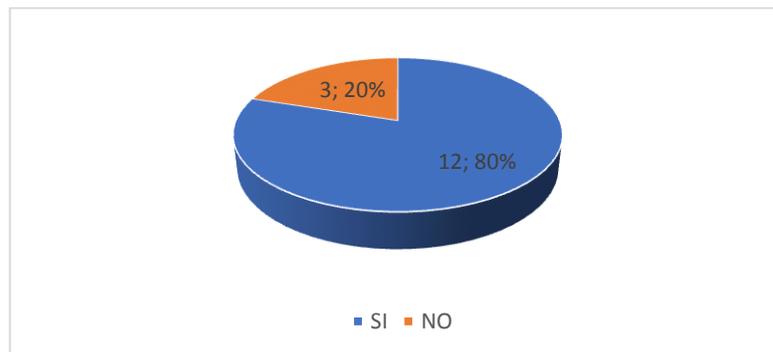
**Pregunta numero 6 ¿La asociación posee políticas internas que normen sus actividades?**

**Tabla 7:**  
**Posee políticas internas que normen sus actividades**

Variable	Frecuencia
SI	12
NO	3
TOTAL	15

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 6:**  
**Posee políticas internas que normen sus actividades**



Fuente: Tabla N°7  
Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - Del total de los socios encuestados 12 de ellos mencionaron que, si poseen políticas internas representando el 80% de los socios, mientras que 3 socios mencionaron que la asociación no posee políticas internas representado por el 20% del 100%.

**INTERPRETACION.** - En base a los resultados obtenidos la mayoría de los socios señalan que la asociación “ASOSERAT” si posee políticas internas que regulan sus actividades, siendo esto un factor importante para que tengan un patrón de comportamiento.

**Pregunta numero 7 ¿Usted conoce si la asociación tiene establecidas sus Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades?**

**Tabla 8:**

**Conoce si la asociación tiene establecidas sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades**

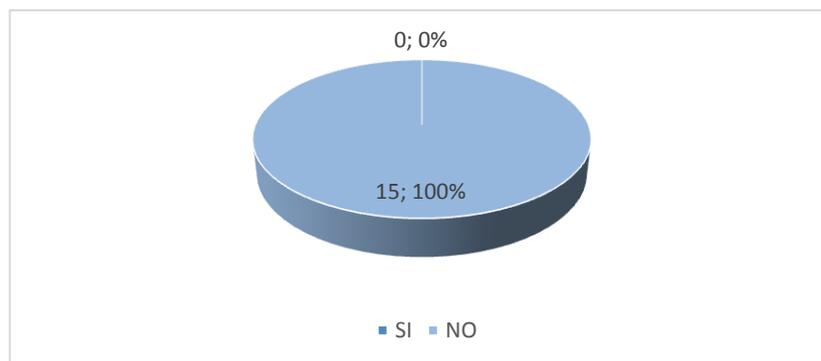
Variable	Frecuencia
SI	0
NO	15
TOTAL	15

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 7:**

**Conoce si la asociación tiene establecidas sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades**



Fuente: Tabla N°8

Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - De los socios encuestados 15 de ellos mencionan que la asociación no ha tiene establecida cuáles son sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, representando al 100% de los encuestados.

**INTERPRETACIÓN.** - La mayoría de los socios mencionan que la asociación no tiene establecida su FODA el cual es un factor determinante para saber cuáles son sus aspectos positivos y negativos, para tratar de mejorar tomando decisiones inteligentes y poder mitigar los aspectos negativos que posee y rodea la asociación.

**Pregunta numero 8 ¿Cree que es necesario realizar una planificación estratégica que ayude con el cumplimiento sus aspiraciones?**

**Tabla 9:**

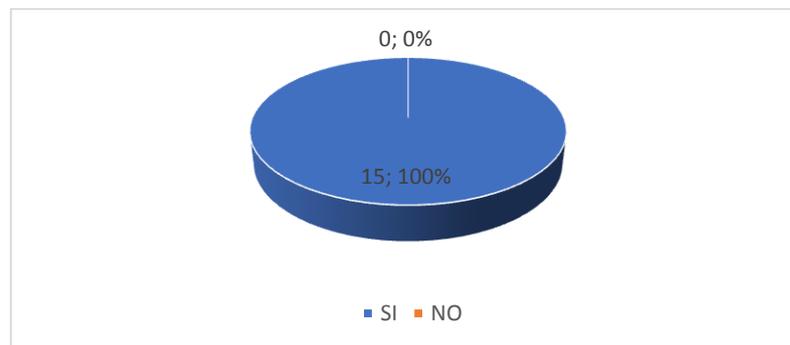
**Cree que es necesario realizar una planificación estratégica que ayude con el cumplimiento sus aspiraciones**

Variable	Frecuencia
SI	15
NO	0
TOTAL	15

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 8:**

**Cree que es necesario realizar una planificación estratégica que ayude con el cumplimiento sus aspiraciones**



Fuente: Tabla N°9  
Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - Del total de los socios 15 señalaron que, si es necesario realizar una planificación estratégica para que ayude con cumplimiento de sus aspiraciones, representado por el 100% de los encuestados.

**INTERPRETACIÓN.** - De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta el total de los socios mencionan que, si es necesario contar con un plan estratégico que ayude con el logro de sus aspiraciones en el corto, mediano y largo plazo y además obtener una ventaja competitiva con la competencia.

**Pregunta numero 9 ¿La asociación cuenta con una planificación previa para la realización de sus actividades?**

**Tabla 10:**

**Cuenta con una planificación previa para la realización de sus actividades**

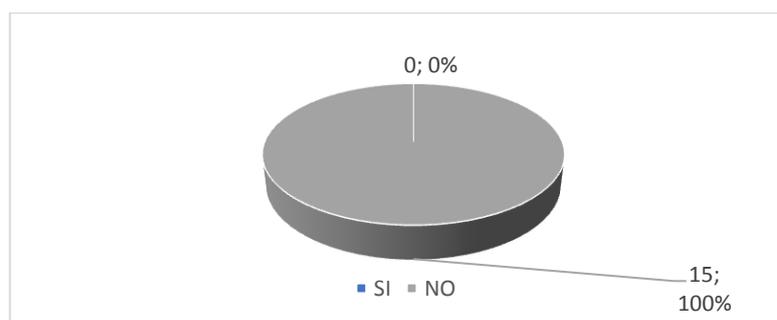
Variable	Frecuencia
SI	0
NO	15
TOTAL	15

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 9:**

**Cuenta con una planificación previa para la realización de sus actividades**



Fuente: Tabla N°11

Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - De los socios encuestados el total de ellos indican que la asociación no cuenta con una planificación previa para la realización de sus actividades.

**INTERPRETACIÓN.** - en base a los resultados obtenidos de la encuesta se puede apreciar que la mayoría mencionan que no se cuenta con una planificación previa a la realización de sus actividades la cual es un aspecto negativo representando una desventaja competitiva, para la cual la administración deberá tomar decisiones en favor de la asociación y sus socios.

**Pregunta numero 10 ¿La asociación cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de sus**

**Tabla 11:**

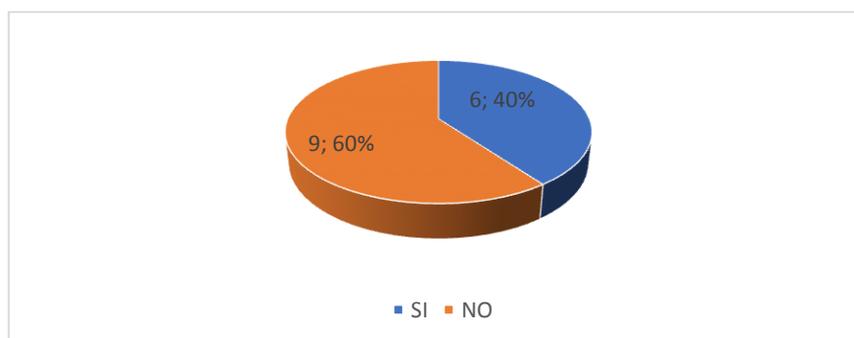
**La asociación cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de sus actividades**

Variable	Frecuencia
SI	6
NO	9
TOTAL	15

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 10:**

**La asociación cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de sus actividades**



Fuente: Tabla N°12  
Elaborado por: Cando Jairo

**ANÁLISIS.** - De los socios encuestados 9 de ellos mencionan que no cuentan con recursos económicos suficientes para la realización de sus actividades representado por el 60%, mientras que 6 de los socios mencionan que si poseen recursos económicos representado por el 40%.

**INTERPRETACIÓN.** - Mediante los resultados se puede apreciar que la asociación no posee fondos suficientes para la realización de sus actividades, siendo este un indicador importante a tomar en cuenta por parte de la administración para que se pueda mitigar este problema y no sea una debilidad que retrase en sus funciones.

### 3.7 COMPROBACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

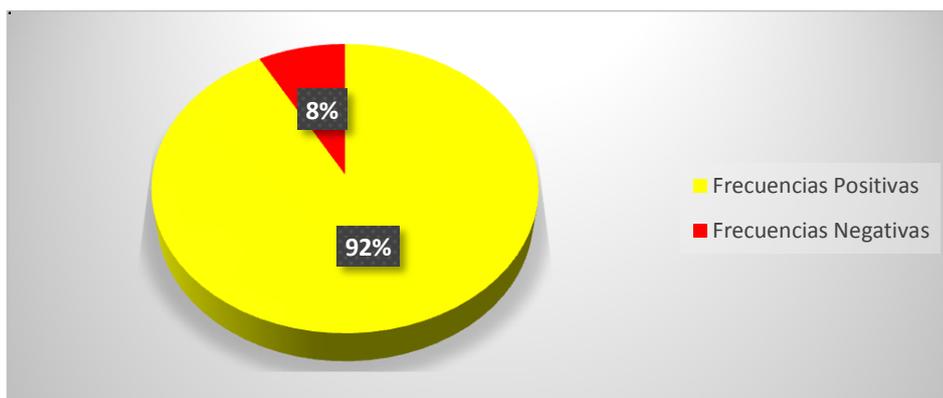
Para comprobar la idea a defender se utilizaron las respuestas de las encuestas aplicadas basadas en actitudes favorables y desfavorables que apoyen o desmientan la idea a defender.

**Tabla 12:**  
**Frecuencias conjuntas**

Preguntas	Actitud Favorable	Actitud Desfavorable	TOTAL
1	15	0	15
2	15	0	15
3	15	0	15
4	15	0	15
5	15	0	15
6	12	3	15
7	15	0	15
8	15	0	15
9	15	0	15
10	6	9	15
<b>Totales</b>	<b>138</b>	<b>12</b>	<b>150</b>

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Cando Jairo

**Gráfico 11:**  
**Frecuencias conjuntas**



Fuente: Tabla N°13  
Elaborado por: Cando Jairo

### **3.7.1 Interpretación de los resultados de la idea a defender**

Después de un análisis exhaustivo a los trabajadores de la ASOCIACIÓN de Limpieza “ASOSERAT” del cantón Carlos Julio Arosemena Tola; ubicada en la Avenida Amazonas y calle Carchi y las investigaciones constantes; se puedo determinar algunas premisas y aspectos; en primer lugar se pone a consideración que la “Idea a Defender” del presente trabajo investigativo es: El plan estratégico aportara favorablemente en el desempeño de la rentabilidad de la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”.

Con la realización de las encuestas y a las investigaciones constantes se logró determinar que si la idea a defender es correcta; es decir existe una relación clara, evidente, comprobada y precisa entre la elaboración de un plan estratégico eficiente con el aumento del desempeño de la rentabilidad de la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”.

En relación a las encuestas ejecutadas a los trabajadores de la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT” existe una actitud positiva hacia la idea a defender de un 92%; y apenas un 8% es zona de rechazo; es decir desmiente la idea a defender de la presente investigación.

Por otra parte, se llega a determinaciones tales como:

La asociación ASOSERAT no cuenta con una misión y visión, por lo cual resulta necesario la implementación de esta actividad.

Un plan estratégico aporta a la filosofía empresarial de la asociación; colabora para fijar objetivos empresariales, planes de acción y planes operativos para mitigar problemas y conflictos que suceden o sucederán en la asociación de servicios de limpieza “ASOSERAT”.

Los planes estratégicos son para hacer análisis de situaciones, analizando todos los aspectos que influyen en el accionar empresarial, estos pueden ser internos y externos; por ende, resulta lógico el diseño de un plan estratégico, lo cual será la propuesta de la investigación.

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA**

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO EFICIENTE Y DE CALIDAD PARA LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA AROSEMENA TOLA “ASOSERAT”.

### **4.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

#### **4.2.1 Objetivo General de la Propuesta**

Elaborar una filosofía empresarial para la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”; la cual contenga lineamientos operativos y planes de acción que permitirán corregir los problemas actuales.

#### **4.2.2 Objetivos Específicos de la propuesta**

- Proponer un manual de funciones para la Asociación ASOSERAT para lograr un mejor entendimiento en sus labores.
- Elaborar el organigrama estructural de la Asociación ASOSERAT para la clarificación en el orden jerárquico entre los socios.
- Bosquejar una matriz FODA para la Asociación de Servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, para ello se debe realizar un análisis interno y externo para determinar la situación actual.
- Plasmar la nueva misión, visión, objetivos, programas, presupuesto y estrategias propuestas de la Asociación de Servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, para ello es necesario que la presente propuesta sea de fácil entendimiento y difusión para todos y cada uno de los trabajadores de la Asociación, de esta manera se asegura el éxito de la presente propuesta.

### **4.3 FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA**

La presente propuesta se fundamenta en elaborar un plan estratégico para la Asociación de Servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, de tal manera que se pueda mejorar su rentabilidad y sus procesos productivos sean más efectivos.

Cabe mencionar que la propuesta se caracteriza por ser altamente comunicativa; es decir cada paso expuesto deberá ser impartido a todos los “STACKHOLDERS” grupos de interés; en especial a los directos implicados que en este caso son los trabajadores y el encargado o gerente.

Lo mencionado anteriormente se justifica en el éxito de la propuesta, ya que, si los trabajadores conocen de la temática propuesta y de los pasos a seguir de la misma, será más fácil su implementación y la propuesta cumplirá efectivamente con los objetivos planteados.

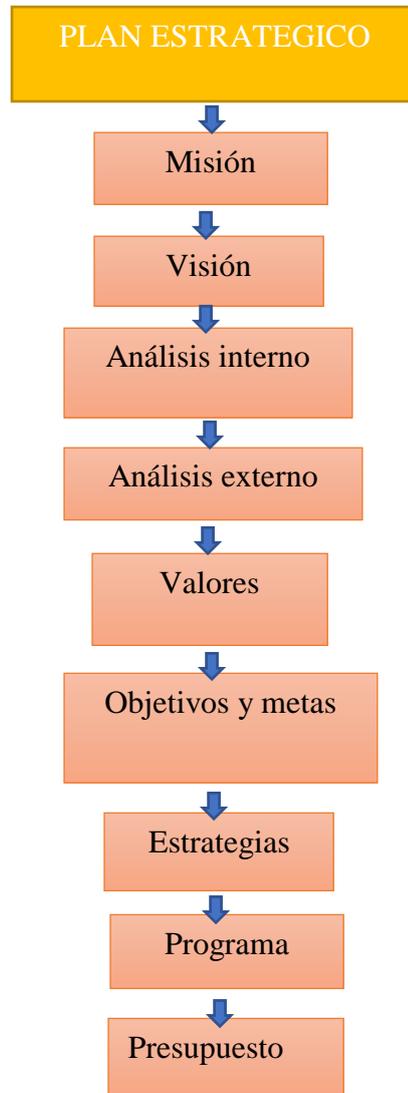
Además, la propuesta le causará a la Asociación de Servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, beneficios económicos y empresariales, todo en pro de mejorar y elevar el prestigio y calidad de la misma.

Por otra parte, la presente propuesta se fundamenta en diversas teorías empresariales, en especial en el éxito empresarial, la administración laboral, la elaboración de planes, la rentabilidad empresarial, los análisis o estudios internos y externos empresariales, la coordinación de planes, la filosofía empresarial, la misión y visión eficiente de las empresas, las características que deben cumplir los objetivos empresariales y el buen manejo de recursos.

La propuesta así mismo se fundamenta en los valores y principios empresariales; es decir la preservación del medio ambiente, la competencia leal y la ética profesional. Es decir, la propuesta pretende incremento de rentabilidades con la implementación de un eficiente plan estratégico. Pero la creación de dicho plan estratégico debe ser en beneficio de la asociación de limpieza, pero bajo ningún concepto se debe perjudicar el medio ambiente, a la competencia y a la sociedad y espacios cercanos a la asociación.

Todas las fundamentaciones expresadas con anterioridad aseguran la aplicación de la propuesta y aseguran su cumplimiento a cabalidad.

#### 4.4 PLAN ESTRATÉGICO DE LA ASOCIACIÓN LIMPIEZA “ASOSERAT”



## 4.5 FORMULACIÓN DE LA MISIÓN

Para la formulación de la misión se planteó las siguientes preguntas

**Tabla 13:**  
**Matriz estratégica de la misión “ASOSERAT”**

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Quiénes somos?	Somos la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”
¿Dónde estamos?	Cantón Carlos Julio Arosemena Tola vía puyo tena
¿Cómo lo hacemos?	Mediante un servicio diferente y de calidad
¿Qué ofrecemos?	Servicios de limpieza de bienes muebles e inmuebles garantizando un servicio de calidad
¿Con que contamos?	Herramientas, materiales y personal capacitado

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

### 4.5.1 Misión Propuesta “ASOSERAT”

Somos la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, con sede en el Cantón Carlos Julio Arosemena Tola, ofrecemos todo tipo de servicios de limpieza interior y exterior de bienes muebles e inmuebles garantizando un servicio de calidad en todo nuestro trabajo, para lo cual contamos con una amplia variedad de herramientas y materiales de limpieza.

### 4.5.2 ¿Por qué se Formuló dicha misión?

La misión se formuló con el afán de dar un sentido de pertenencia o una identidad a la asociación de servicio de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”.

## 4.6 FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

Para la formulación de la visión se establecieron las siguientes preguntas:

**Tabla 14:**  
**Matriz estratégica de la visión “ASOSERAT”**

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Para cuánto tiempo?	En el 2023
¿Qué buscamos?	Ser referente local y nacional como una de las asociaciones de limpieza más destacadas en el mercado
¿Cómo lo lograremos?	Con el personal capacitado y los implementos necesarios
¿Cómo lo hacemos?	Enfocado en el trabajo eficiente y de calidad

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

### 4.6.1 Visión Propuesta “ASOSERAT”

En el año 2023 ser un referente local y nacional como una de las asociaciones de limpieza más destacadas en el mercado, Para lo cual contamos con el personal capacitado y los implementos necesarios, enfocándonos en el trabajo eficiente y de calidad.

### 4.6.2 ¿Por qué se Formuló dicha visión?

Se formuló la visión con el objetivo de dar un horizonte bien definido a los socios y con el fin de que todos sus esfuerzos estén dirigidos a alcanzar lo planteado.

#### 4.7 ANÁLISIS INTERNO/EXTERNO “ASESORAT” MATRIZ FODA

En este proceso se analizará el factor interno como el externo de la asociación “ASOSERAT”, para poder determinar las causas que afecta a la misma y poder emplear estrategias que nos ayuden a mitigar los problemas detectados.

##### 4.7.1 Matriz de impacto interna

Calculara el impacto de cada variable interna localizado en la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola.

**Tabla 15:**  
**Parámetros de medición FODA interna**

PARAMETROS DE MEDICIÓN	EQUIVALENCIA
Alto = 5	Alta incidencia de las variables
Medio = 3	Relativa incidencia de las variables
Bajo = 1	Poca o nula incidencia de las variables

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

**Tabla 16:**  
**Matriz FODA interna**

		FORTALEZAS			DEBILIDADES		
		ALT	MED	BAJ	ALT	MED	BAJ
		5	3	1	5	3	1
F: FORTALEZAS D: DEBILIDADES							
SERVICIOS							
F	precios cómodos para el cliente	*					
F	Buen uso de las herramientas		*				
F	Atención de calidad	*					
D	Escases de herramientas y materiales por falta de recursos económicos				*		
RECURSO HUMANO							

F	Personal capacitado	*					
F	Responsabilidad en el trabajo	*					
F	Capacidad de adaptarse a los cambios		*				
D	Falta de comunicación entre los socios				*		
D	Falta de programa de reconocimiento o motivación para los socios					*	
D	Falta de evaluación por desempeño					*	
<b>ADMINISTRATIVO</b>							
D	No dispone de un organigrama estructural					*	
D	Falta de experiencia en el manejo administrativo					*	
F	Administrador capacitado	*					
<b>FINANCIERO</b>							
D	No dispone de un fondo económico				*		
D	Falta de experiencia en el manejo financiero					*	

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

#### 4.7.2 Matriz de impacto externa

Calculara el impacto de cada variable externa que favorece o afecta a la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola.

**Tabla 17:**  
**Parámetros de medición foda externa**

PARAMETROS DE MEDICIÓN	EQUIVALENCIA
Alto = 5	Alta incidencia de las variables
Medio = 3	Relativa incidencia de las variables
Bajo = 1	Poca o nula incidencia de las variables

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

**Tabla 18:**  
**Matriz foda externa**

		OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
O: OPORTUNIDADES A: AMENAZAS		ALT	MED	BAJ	ALT	MED	BAJ
		5	3	1	5	3	1
<b>ECONOMIA</b>							
O	Mayor nivel de profesionales por ende mejor sueldo	*					
O	Ingreso de divisas por migrantes		*				
A	La globalización beneficia a las empresas multinacionales						*
A	Economía estancada por excesivo endeudamiento				*		
<b>COMPETENCIA</b>							
A	Experiencia en el mercado				*		
A	Cuenta con las herramientas que se requiere para brindar el servicio				*		
O	Personal no se capacitan	*					
O	No poseen una filosofía institucional			*			
<b>TECNOLOGIA</b>							
O	Fácil acceso a nuevas tecnologías		*				
O	Implementar herramientas tecnológicas de última generación		*				
A	Miedo a enfrentarse a las nuevas tecnologías					*	
<b>POLÍTICO</b>							
O	Facilidad en capacitaciones				*		
A	Inestabilidad política					*	
A	ineficientes políticas tributarias				*		
A	Excesiva burocracia para realizar procesos					*	
Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT" Elaborado por: Cando Jairo							

### 4.7.3 Matriz de correlación

La siguiente matriz de correlación permitirá determinar la relación existente entre las variables internas y externas priorizando los hechos más relevantes que obstaculizan el normal funcionamiento de la asociación “ASOSERAT”, para lo cual la ponderación se realizara de la siguiente manera:

**Tabla 19:**

**Parámetros de medición para la matriz de correlación de las variables debilidad y amenaza**

Si la variable debilidad tiene relación con la variable amenaza equivaldrá = 5
Si la variable debilidad tiene mediana relación con la variable amenaza equivaldrá = 3
Si la variable debilidad no tiene relación con la variable amenaza equivaldrá = 1

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”

Elaborado por: Cando Jairo

**Tabla 20:**

**Parámetros de medición para la matriz de correlación de las variables debilidad y amenaza**

Si la variable fortaleza tiene relación con la variable oportunidad equivaldrá = 5
Si la variable fortaleza tiene relación con la variable oportunidad equivaldrá = 3
Si la variable fortaleza tiene relación con la variable oportunidad equivaldrá = 1

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”

Elaborado por: Cando Jairo

**Tabla 21:**  
**Matriz de aprovechabilidad FODA, debilidades y amenazas**

	AMENZAS	A1 La globalización beneficia a las empresas multinacionales	A2 Economía estancada por excesivo endeudamiento	A3 Competencia de la	A4 Cuenta con las herramientas que se requiere para brindar el servicio	A5 Miedo a enfrentarse a las nuevas tecnologías	A6 inestabilidad política	A7 Ineficientes políticas tributarias	A8 Excesiva burocracia para realizar procesos	TOTAL
<b>DEBILIDADES</b>										
D1 Escases de herramientas y materiales por falta de recursos económicos		1	3	1	1	1	3	1	1	12
D2 Falta de comunicación entre los socios		1	1	1	1	1	1	1	1	8
D3 Falta de programa de reconocimiento o motivación para los socios		1	3	1	1	1	1	1	1	10
D4 Falta de evaluación por desempeño		1	1	1	1	1	1	1	1	8
D5 No dispone de un organigrama estructural		1	1	1	1	1	1	1	1	8
D6 Falta de experiencia en el manejo administrativo		1	1	1	1	1	1	1	1	8
D7 No dispone de un fondo económico		1	3	1	1	1	3	1	1	12
D8 Falta de experiencia en el manejo financiero		1	1	1	1	1	1	1	1	8
<b>TOTAL</b>	<b>74</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>74</b>
Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT" Elaborado por: Cando Jairo										

**Tabla 22:**  
**Matriz de aprovechabilidad foda, fortaleza y oportunidades**

	OPORTUNIDADES	O1 Mayor nivel de profesionales por ende mejor sueldo	O2 Ingreso de divisas por migrantes	O3 Personal de la competencia no se capacitan	O4 La competencia no posee una filosofía institucional	O5 Fácil acceso a nuevas tecnologías	O6 Implementar herramientas tecnológicas de última generación	O7 facilidad en capacitaciones	TOTAL
<b>FORTALEZAS</b>									
F1 Precios cómodos para el cliente		3	3	1	1	1	1	1	11
F2 Buen uso de las herramientas		1	1	1	1	1	3	1	9
F3 Atención de calidad		1	1	1	1	3	3	3	13
F4 Personal capacitado		1	1	5	1	3	3	5	19
F5 Responsabilidad en el trabajo		1	1	3	1	1	1	1	9
F6 Capacidad de adaptarse a los cambios		1	1	3	1	3	3	1	13
F7 Administrador capacitado		1	1	5	5	3	3	5	23
<b>TOTAL</b>	97	9	9	19	11	15	17	17	97
Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"									
Elaborado por: Cando Jairo									

**Tabla 23:**  
**Matriz priorizada**

VARIABLES	
CODIGO	FORTALEZAS
F7	Administrador capacitado
F4	Personal capacitado
F3	Atención de calidad
F6	Capacidad de adaptarse a los cambios
F1	Precios cómodos para los clientes
F2	Buen uso de las herramientas
F5	Responsabilidad en el trabajo
	DEBILIDADES
D1	Escases de herramientas y materiales por falta de recursos económicos
D7	No dispone de un fondo económico
D3	Falta de programa de reconocimiento o motivación para los socios
	OPORTUNIDADES
O3	Personal de la competencia no se capacitan
O6	Implementar herramientas tecnológicas de última generación
O7	facilidad en capacitaciones
O5	Fácil acceso a nuevas tecnologías
O4	La competencia no posee una filosofía institucional
O2	Ingreso de divisas por migrantes
O1	Mayor nivel de profesionales por ende mejor sueldo
	AMENAZAS
A2	Economía estancada por excesivo endeudamiento
A6	inestabilidad política
Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”	
Elaborado por: Cando Jairo	

#### 4.7.4 Ponderación a la matriz de los factores externos

Para la valoración de las variables, se realizará de la siguiente manera: cada variable tendrá una ponderación de 0 hasta 1, dado que la suma de todas las variables será igual a 1.

**Tabla 24:**  
**Ponderación factores externos**

1 = Amenaza menor importancia
2 = amenaza menor
3= equilibrio
4 = oportunidad menor
5= oportunidad importante

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

El proceso de valoración se obtiene entre la ponderación y el parámetro asignado, se suma el resultado ponderado de cada uno. Para obtener los resultados externos la calificación será de la siguiente manera: 5 indicara que la asociación está estable y el valor 1 indicara que la asociación tiene problemas y el valor 3.5 será el promedio o equilibrio y si el resultado es inferior al promedio se entenderá que se tiene más amenazas que oportunidades y si el resultado es mayor al promedio la asociación tiene más oportunidades que amenazas.

**Tabla 25**  
**Matriz de medios externos**

N°	FACTORES EXTERNOS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
<b>OPORTUNIDADES</b>				
1	Personal de la competencia no se capacitan	0.20	5	1
2	Implementar herramientas tecnológicas de última generación	0.10	3	0.3
3	facilidad en capacitaciones	0.20	5	1
4	Fácil acceso a nuevas tecnologías	0.10	3	0.3
5	La competencia no posee una filosofía institucional	0.05	4	0.2
6	Ingreso de divisas por migrantes	0.10	2	0.2
7	Mayor nivel de profesionales por ende mejor sueldo	0.10	3	0.3
<b>AMENAZAS</b>				
8	Economía estancada por excesivo endeudamiento	0.10	2	0.2
9	inestabilidad política	0.05	2	0.1
	<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>29</b>	<b>3.6</b>

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

ANALISIS. - Al desarrollar la ponderación de los factores externos se pudo determinar el total del resultado ponderado es de 3.6 lo que da a entender que la asociación de servicios de limpieza Arosemena tola "ASOSERAT", posee más oportunidades que amenazas, por lo que la asociación debe enfocarse en aprovechar esas oportunidades y acogerlos para poder coger una ventaja competitiva con respecto a la competencia

#### 4.7.5 Ponderación a la matriz de los factores internos

Para la valoración de las variables, se realizará de la siguiente manera: cada variable tendrá una ponderación de 0 hasta 1, dado que la suma de todas las variables será igual a 1.

**Tabla 26:**  
**Ponderación a factores internos**

1 = Amenaza menor importancia
2 = amenaza menor
3= equilibrio
4 = oportunidad menor
5= oportunidad importante

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

El proceso de valoración se obtiene entre la ponderación y el parámetro asignado, se suma el resultado ponderado de cada uno. Para obtener los resultados internos la calificación será de la siguiente manera: 5 indicara que la asociación está estable y el valor 1 indicara que la asociación tiene problemas y el valor 3.5 será el promedio o equilibrio y si el resultado es inferior al promedio se entenderá que se tiene más debilidades que fortalezas y si el resultado es mayor al promedio la asociación tiene más fortalezas que debilidades.

**Tabla 27:**  
**Matriz de medios internos**

Nº	FACTORES INTERNOS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
<b>FORTALEZAS</b>				
1	Administrador capacitado	0.15	5	0.75
2	Personal capacitado	0.15	5	0.75
3	Atención de calidad	0.15	5	0.75
4	Capacidad de adaptarse a los cambios	0.10	3	0.3
5	Precios cómodos para los clientes	0.10	4	0.4
6	Buen uso de las herramientas	0.05	3	0.15
7	Responsabilidad en el trabajo	0.10	4	0.4
<b>DEBILIDADES</b>				
8	Escases de herramientas y materiales por falta de recursos económicos	0.10	2	0.2
9	No dispone de un fondo económico	0.05	2	0.1
10	Falta de programa de reconocimiento o motivación para los socios	0.05	2	0.1
	<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>35</b>	<b>3.9</b>
Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT" Elaborado por: Cando Jairo				

**ANALISIS.** - Mediante el proceso efectuado se pudo determinar que el total del resultado ponderado es de 3.9 lo que quiere decir que la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola "ASOSERAT" posee más fortalezas que debilidades, siendo este un indicador para que la gerencia aproveche al máximo sus fortalezas y revierta en aspectos negativos en fortalezas para que la asociación sea más exitosa.

#### 4.8 VALORES ORGANIZACIONALES PROPUESTO “ASOSERAT”

**Se propuso los siguientes valores:**

**Trabajo en equipo.** – El trabajo en equipo lograra la unión de las aptitudes de los socios potenciando sus esfuerzos y conocimientos, obteniendo resultados eficientes.

**Honestidad.** – Cumplir al pie de la letra las indicaciones por parte de los clientes en lo encomendado sin hacer un mal uso de su confianza

**Eficiencia.** – Realización del trabajo en forma adecuado, haciendo un buen uso de los recursos disponibles, garantizando un trabajo responsable.

**Enfoque al cliente.** – Satisfacer las necesidades de los clientes y con esfuerzo en superación de las propias expectativas.

**Respeto.** – mediante este valor lograr la una armoniosa interacción entre los socios y clientes, respetando las opiniones de los demás sobre los intereses personales.

**Equidad.** – reconocer y recompensar a cada uno de los socios mediante sus méritos obtenidos dándoles a cada uno lo que le corresponde sin ningún tipo de favoritismo.

**Responsabilidad.** – cumplimiento de las obligaciones contraídas con los socios y clientes en el tiempo, costo, calidad y las especificaciones establecidas.

**Lealtad.** – Es el respeto a las normas, principios, valores y políticas establecidas por la asociación sin perjudicar a la misma.

**Amabilidad.** – Es el trato amable y respetuoso que damos a los demás a los socios y clientes, siempre demostrando un trato cordial.

**Creatividad.** – desarrollar nuevos procedimientos a las existentes para ofrecer un producto nuevo e innovador, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

**Calidad.** – Brindar un servicio garantizado, cumpliendo con las especificaciones que el procedimiento así lo requiere, logrando que el cliente este satisfecho con el trabajo y ser tomados en cuenta en un próximo trabajo.

**Solidaridad.** – Apoyo incondicional a los socios, clientes y comunidad en las situaciones difíciles en las que en la vida se encuentren atravesando.

**Disciplina.** – realizar las actividades establecidas con anterioridad, obedeciendo a las reglas y condiciones propuestas por la asociación.

**Flexibilidad.** – Comprender las necesidades de los socios en el hecho de brindar todas las condiciones necesarias para que los socios puedan llevar a cabo su trabajo.

## **4.9 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES PROPUESTOS**

### **4.9.1 Objetivo financiero**

Lograr un impacto positivo en los clientes, llegando con servicios de calidad al lugar de domicilio, de esta manera hacer que nos prefieran por brindar un servicio de calidad y así elevar el nivel de ingresos económicos.

### **4.9.2 Objetivo de calidad**

Garantizar el buen manejo de las herramientas y materiales en la ejecución del trabajo tanto individual como grupal, brindando siempre un valor agregado de modo que el resultado final supere las expectativas

### **4.9.3 Objetivo para el cliente**

Establecer parámetros que permitan medir el grado de satisfacción de los clientes, en cuanto a la calidad, costo y el servicio, mediante estos resultados ir mejorando con en el tiempo.

### **4.9.4 Objetivos procesos internos**

- Desarrollar controles internos constantes en todas las áreas de la asociación, para así controlar que las actividades se desarrollen en un buen término caso contrario emplear las medidas correctivas necesarias para controlar las situaciones.
- Optimizar los procesos internos, para reducir tiempo, costo y esfuerzo en la realización de las actividades.

- Realizar investigaciones de mercado para determinar las necesidades actuales de los clientes, de esta manera estar siempre a un paso por delante de la competencia.

#### **4.9.5 Objetivo tecnológico**

Diseñar una página web en el cual podamos divulgar información sobre nuestra asociación, siendo este un aliado tecnológico que nos permita obtener una ventaja competitiva frente a la competencia.

#### **4.9.6 Objetivo de productividad**

Identificar y corregir las falencias detectadas en los procedimientos, para lograr mayor eficiencia y eficacia en la realización de las actividades.

### **4.10 METAS PROPUESTAS PARA LA ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA “ASOSERAT”**

#### **Metas financieras**

- Llevar la contabilidad anual para saber si los ingresos son mayores que los egresos de la asociación.
- Cumplir con las obligaciones tributarias mensuales de la asociación
- Desarrollar campañas de publicidad de forma anual para dar a conocer nuestros servicios.

#### **Metas de calidad**

- Realizar capacitaciones anualmente a los socios en el área de limpieza.
- Competir en el mercado con precios accesibles para todo tipo de cliente.
- Seleccionar a los proveedores que oferten herramientas y materiales de calidad.

### **Metas al cliente**

- Brindar una atención personalizada de acuerdo a los requerimientos o necesidades de cada uno de los clientes.
- Realizar estudios de mercado de forma semestral para conocer las expectativas reales de nuestros clientes y potenciales clientes.
- Dar un trato justo y amable al cliente interno para que este cuide de los clientes externos.

### **Metas procesos internos**

- Realizar controles preventivos mediante la comunicación diaria entre todo los niveles de la asociación de modo que ayuden a detectar las posibles anomalías que estén sucediendo, para poder corregirlas a tiempo.
- Reconocer y motivar de forma mensual a los socios que tengan un buen desempeño en sus labores diarias.
- Facilitar las condiciones necesarias para que los socios puedan desempeñarse de manera eficiente.

### **Metas tecnológicas**

- Capacitar al gerente en este año 2019 en el área de diseño de páginas web.
- Publicar información oportuna de forma semestral en la pagina web de la asociación de manera que llame la atención de muestreos clientes y que sientan la necesidad de adquirir nuestro servicio.

### **Metas de productividad**

- acoger las ideas innovadoras y creativas de los socios con el fin de mejorar la situación actual de la asociación.

**Tabla 28:**  
**Matriz foda cruzada o estratégico**

<b>FACTORES</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>INTERNOS</b>	<p>F1) Precios cómodos para el cliente</p> <p>F2) Buen uso de las herramientas</p> <p>F3) atención de calidad</p> <p>F4) Personal capacitado</p> <p>F5) Responsabilidad en el trabajo</p> <p>F6) Capacidad de adaptarse a los cambios</p> <p>F7) Administrador capacitado</p>	<p>D1) Escases de herramientas y materiales por falta de recursos económicos</p> <p>D2) Falta de comunicación entre los socios</p> <p>D3) Falta de programa de reconocimiento o motivación para los socios</p> <p>D4) Falta de evaluación por desempeño</p> <p>D5) No dispone de un organigrama estructural</p> <p>D6) Falta de experiencia en el manejo administrativo</p> <p>D7) No dispone de un fondo económico</p> <p>D8) Falta de experiencia en el manejo financiero.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
<p>O1) Mayor nivel de profesionales por ende mejor sueldo</p> <p>O2) Ingreso de divisas por migrantes</p> <p>O3) Personal de la competencia no se capacitan</p> <p>O4) La competencia no posee una filosofía institucional</p> <p>O5) Fácil acceso a nuevas tecnologías</p> <p>O6) Implementar herramientas tecnológicas de última generación.</p> <p>O7) Facilidad en Capacitaciones.</p>	<p>F1-01,02= Establecer precios accesibles para todo tipo de clientes que permitirá abarcar mayor una parte del Mercado.</p> <p>F2,F3,F4,-O3,7= Realizar capacitaciones constantes para contar con personal capacitado en el manejo y manipulación de herramientas y materiales para brindar un servicio de calidad.</p> <p>F6-O5,O6= contar con personal que tengan la capacidad de adaptarse a los cambios y el fácil acceso a nuevas tecnologías permitirá satisfacer nuevas necesidades.</p> <p>F7-O3,O4= Contar con un administrador capacitado permite obtener una ventaja competitiva en el campo administrativo</p>	<p>D1,D3,D7,D8-O1,O2O6= Emplear un plan de marketing eficiente que permita abarcar nuevos mercados, lo cual incrementara la rentabilidad de la asociación de esta manera cubrir sus necesidades actuales.</p> <p>D2, D5-O4= Establecer una filosofía empresarial permite que los socios tengan un panorama más claro de hacia dónde dirigir sus esfuerzos.</p> <p>D6-O7,O6= Contar con la disponibilidad de centros de capacitaciones permite reforzar u obtener conocimientos para el buen manejo de la asociación.</p>

AMENZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>A1) La globalización beneficia a las empresas multinacionales</p> <p>A2) Economía estancada por excesivo endeudamiento</p> <p>A3) Experiencia en el mercado de la competencia</p> <p>A4) Cuenta con las herramientas que se requiere para brindar el servicio</p> <p>A5) Miedo a enfrentarse a las nuevas tecnologías</p> <p>A6) Inestabilidad política</p> <p>A7) Ineficientes políticas tributarias.</p> <p>A8) Excesiva burocracia para realizar proceso.</p>	<p>F1-A1,A2= Implementar un método publicitario radio, tv, hojas volantes para promocionar nuestro servicio.</p> <p>F2,F3,F4A3,A4,A5= Brindar un servicio eficiente e innovador permite la fidelidad de los clientes</p> <p>F7-A8= Realizar gestiones eficientemente permite hacer frente a la burocracia</p>	<p>D1,D3,D7-A1,A2,A5= Determinar líneas de crédito convenientes en instituciones financieras e implementar la capacidad productiva de la asociación</p> <p>D6-O5,O6= promocionar nuestros servicios utilizando las redes sociales.</p>

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

### **Ponderación de las estrategias FO, DO, FA, DA**

Impacto de las estrategias

**Alto= 5**

**Medio= 3**

**Bajo= 1**

**Tabla 29:  
Ponderación de las estrategias**

ESTRATEGIAS	IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO
<b>FO</b>			
Establecer precios accesibles para todo tipo de clientes que permitirá abarcar mayor una parte del Mercado.	5		
Realizar capacitaciones constantes para contar con personal capacitado en el manejo y manipulación de herramientas y materiales para brindar un servicio de calidad.	5		
contar con personal que tengan la capacidad de adaptarse a los cambios y el fácil acceso a nuevas tecnologías permitirá satisfacer nuevas necesidades.		3	
Contar con un administrador capacitado permite obtener una ventaja competitiva en el campo administrativo		3	
<b>DO</b>			
Emplear un plan de marketing eficiente que permita abarcar nuevos mercados, lo cual incrementara la rentabilidad de la asociación de esta manera cubrir sus necesidades actuales.	5		
Establecer una filosofía empresarial permite que los socios tengan un panorama más claro de hacia dónde dirigir sus esfuerzos.		3	
Contar con la disponibilidad de centros de capacitaciones permite reforzar u obtener conocimientos para el buen manejo de la asociación.	5		

<b>FA</b>			
Implementar un método publicitario radio, tv, hojas volantes para promocionar nuestro servicio.	<b>5</b>		
Brindar un servicio eficiente e innovador permite la fidelidad de los clientes	<b>5</b>		
Realizar gestiones eficientemente permite hacer frente a la burocracia		<b>3</b>	
<b>DA</b>			
Determinar líneas de crédito convenientes en instituciones financieras e implementar la capacidad productiva de la asociación	<b>5</b>		
promocionar nuestros servicios utilizando las redes sociales.	<b>5</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>15</b>	<b>0</b>

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
 Elaborado por: Cando Jairo

#### **ANALISIS DE LA PONDERACION DE LAS ESTRATEGIAS**

una vez concluida la ponderación de las estrategias se determinó que de las 13 estrategias 8 son más relevantes, para el desarrollo económico de la asociación ASOSERAT.

**Tabla 30:  
Alineamiento estratégico**

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>N°</b>	<b>PROYECTOS</b>	<b>UNIDAD RESPONSABE</b>	<b>AMBITO</b>	<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>
Establecer precios accesibles para todo tipo de clientes permitirán abarcar mayor parte del Mercado	<b>P1</b>	Realizar una auditoría de gestión para detectar y eliminar procesos incensarios	Administrativo	Servicios	Informe de seguimiento
	<b>P2</b>	Realizar una contabilidad de costos para determinar el coste del servicio y la ganancia a obtener por cada servicio	Administrativo	Servicios	Informe financiero
Realizar capacitaciones constantes para contar con personal capacitado en el manejo y manipulación de herramientas y materiales para brindar un servicio de calidad.	<b>P2</b>	Coordinar acercamientos con el centro de capacitación SECAP, para las capacitaciones en las diversas áreas que se requieran	Administrativo	Servicios	Registro de convenios
	<b>P2</b>	Lograr el compromiso total de los socios, mediante charlas	Administrativo	Servicios	Informe de gestión

		motivacionales			
Emplear un plan de marketing eficiente que permita abarcar nuevos mercados, lo cual incrementara la rentabilidad de la asociación de esta manera cubrir sus necesidades actuales	<b>P1</b>	Investigar a la competencia para conocer sus fortalezas y debilidades	Administrativo	servicios	informe
	<b>P2</b>	Designar los materiales necesarios para la realización un plan de marketing	Administrativo	servicios	Plan de marketing
Contar con la disponibilidad de centros de capacitaciones permite reforzar u obtener conocimientos para el buen manejo de la asociación.	<b>P1</b>	Definir áreas a ser reforzadas en las capacitaciones tanto para el personal como para el administrador	Administrativo	servicios	informe
	<b>P2</b>	Designar recursos para la realización de las capacitaciones	Administrativo	servicios	informe
Implementar un método publicitario, radio, hojas volantes para promocionar	<b>P1</b>	Emplear técnicas de publicidad para promocionar el servicio	Administrativo	servicios	Informe publicitario
		Ejecución de	Administrativo	servicios	Informe de

nuestro servicio.		las 4p con el fin de ingresar a mercados locales y nacionales			gestión
Brindar un servicio eficiente e innovador permite la fidelidad de los clientes	<b>P1</b>	Obtener certificación de calidad	Administrativo	Servicios	Certificación de calidad
	<b>P2</b>	Implementar valor agregado a los servicios	Administrativo	Servicios	informe de servicios
Determinar líneas de crédito convenientes en instituciones financieras e implementar la capacidad productiva de la asociación	<b>P1</b>	Analizar las mejores propuestas de crédito para la asociación	Administrativo	Servicios	Informe financiero
	<b>P2</b>	Priorizar las necesidades a ser satisfechas	Administrativo	Servicios	informe
promocionar nuestros servicios utilizando las redes sociales	<b>P1</b>	Diseñar y promocionar el servicio de limpieza en todas las redes sociales	Administrativo	Servicios	Publicidad e informes

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

#### 4.11 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En el siguiente cuadro se detallará las actividades que la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola ASOSERAT deberá cumplir para poder mitigar las falencias encontradas en el análisis FODA.

**Tabla 31:**  
**Cronograma de actividades propuesto ASOSERAT**

N°	PROYECTO	AÑOS					
		1	2	3	4	5	6
1	Realizar una auditoría de gestión para detectar y eliminar procesos incensarios		X	X	X	X	X
2	Realizar una contabilidad de costos para determinar el coste del servicio y la ganancia a obtener por cada servicio		X	X	X	X	X
3	Coordinar acercamientos con el centro de capacitación SECAP, para las capacitaciones en las diversas áreas que se requieran		X		X		X
4	Lograr el compromiso total de los socios, mediante charlas motivacionales		X	X	X	X	X
5	Investigar a la competencia para conocer sus fortalezas y debilidades		X		X		X
6	Designar los materiales necesarios para la realización un plan de marketing		X		X		X
7	Definir áreas a ser reforzadas en las capacitaciones tanto para el personal como para el administrador		X		X		X
8	Designar recursos para la realización de las capacitaciones		X		X		X
9	Emplear técnicas de publicidad para promocionar el servicio		X	X	X	X	X
10	Ejecución de las 4p con el fin de ingresar a mercados locales y nacionales		X			X	
11	Obtener certificación de calidad		X		X		X
12	Implementar valor agregado a los servicios		X	X	X	X	X
13	Analizar las mejores propuestas de crédito para la asociación		X		X		
14	Priorizar las necesidades a ser satisfechas		X	X	X	X	X
15	Diseñar y promocionar el servicio de limpieza en todas las redes sociales		X	X	X	X	X

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"

Elaborado por: Cando Jairo

#### 4.12 PRESUPUESTO PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

A continuación, se especificará los gastos a incurrir para la realización de las actividades.

**Tabla 32:**  
**Presupuesto para la realización de actividades**

N°	ESTRATEGIA	RRHH	MATERIAL	TECNOLOGICO	TOTAL
1	Realizar una auditoría de gestión para detectar y eliminar procesos incensarios	\$1000.00	\$200.00	\$100.00	\$1300.00
2	Realizar una contabilidad de costos para determinar el coste del servicio y la ganancia a obtener por cada servicio	\$500.00	\$50.00	\$10.00	\$560.00
3	Coordinar acercamientos con el centro de capacitación SECAP, para las capacitaciones en las diversas áreas que se requieran	\$150.00	\$150.00	\$00.00	\$300.00
4	Lograr el compromiso total de los socios, mediante charlas motivacionales	\$250.00	150.00	\$30.00	\$430.00
5	Investigar a la competencia para conocer sus fortalezas y debilidades	\$300.00	\$50.00	\$30.00	\$380.00
6	Designar los materiales necesarios para la realización un plan de marketing	\$00.00	\$150.00	\$60.00	\$210.00
7	Definir áreas a ser reforzadas en las capacitaciones tanto para el personal como para el administrador	\$00.00	\$60.00	\$30.00	\$90.00

8	Designar recursos para la realización de las capacitaciones	\$150.00	\$150.00	\$00.00	\$300.00
9	Emplear técnicas de publicidad para promocionar el servicio	\$250.00	\$250.00	\$100.00	\$600.00
10	Ejecución de las 4p con el fin de ingresar a mercados locales y nacionales	\$100.00	\$20.00	\$00.00	\$120.00
11	Obtener certificación de calidad	\$00.00	\$100.00	\$00.00	\$100.00
12	Implementar valor agregado a los servicios	\$100.00	\$50.00	\$20.00	\$170.00
13	Analizar las mejores propuestas de crédito para la asociación	\$00.00	\$5.00	\$5.00	\$10.00
14	Priorizar las necesidades a ser satisfechas	\$00.00	\$5.00	\$5.00	\$10.00
15	Diseñar y promocionar el servicio de limpieza en todas las redes sociales	\$250.00	\$20.00	\$100.00	\$370.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$4950.00</b>

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"

Elaborado por: Cando Jairo

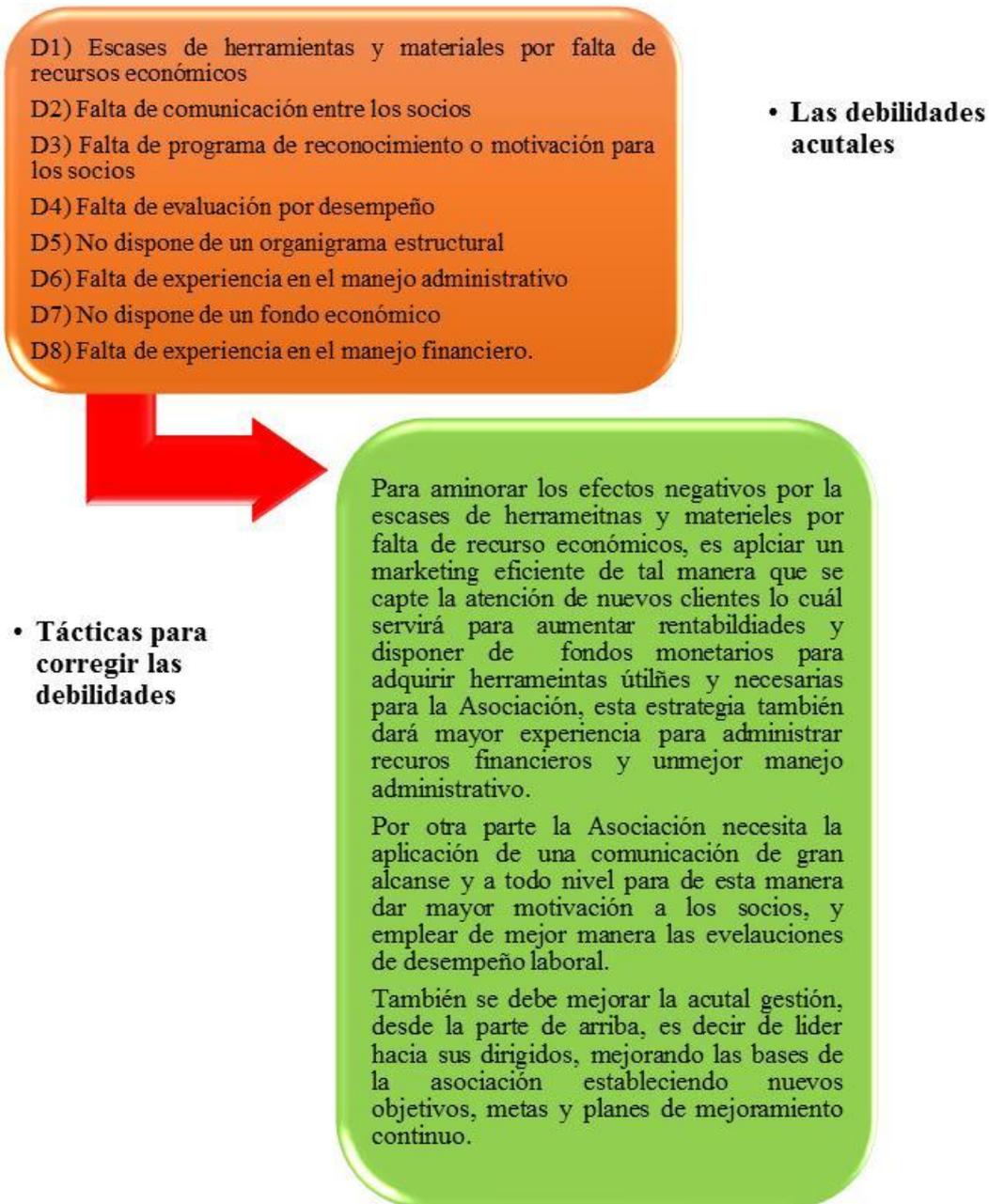
#### **4.13 PLANES DE ACCIÓN PROPUESTOS PARA LA ASOCIACIÓN “ASOSERAT”**

Los planes de acción propuestos para la Asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, ubicada en la Avenida Amazonas y calle Carchi, Cantón Carlos julio Arosemena Tola, le servirán como una herramienta de mejoramiento económico, financiero, de talento humano y de gestión en general; además de asegurar que el plan estratégico propuesto sea lo más efectivo posibles, por último, los planes de acción aseguran con estrategias como van a hacer el cumplimiento de objetivos y metas.

##### **Por ello se propone los siguientes planes de acción:**

- Corregir las Debilidades
- Afrontar las amenazas actuales
- Mantener las fortalezas
- Explotar las oportunidades
- Aplicar un marketing eficiente para incrementar el número de clientes y por ende la rentabilidad de la Asociación
- Elaboración de manual de funciones, para la delegación de responsabilidades
- Fidelización de los clientes actuales
- Motivación a los trabajadores y socios de la Asociación
- Lanzamiento de promociones a los servicios brindados

**Figura 1:  
Corrección de debilidades**

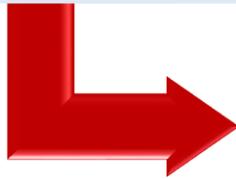


Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

**Figura 2:**  
**Afrontar las amenazas actuales**

- A1)** La globalización beneficia a las empresas multinacionales
- A2)** Economía estancada por excesivo endeudamiento
- A3)** Experiencia en el mercado de la competencia
- A4)** Cuenta con las herramientas que se requiere para brindar el servicio
- A5)** Miedo a enfrentarse a las nuevas tecnologías
- A6)** Inestabilidad política
- A7)** Ineficientes políticas tributarias.
- A8)** Excesiva burocracia para realizar proceso.

**•Las amenazas actuales**



**•Tácticas para afrontar las amenazas**

Para poder afrontar las amenazas es necesario que la Asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT” ejecute planes de contingencia en caso de que sucedan dichas amenazas en ciertos períodos del tiempo. Controlar amenazas empresariales es altamente complejo, puesto que resulta casi imposible controlar una amenaza del exterior o entrono.

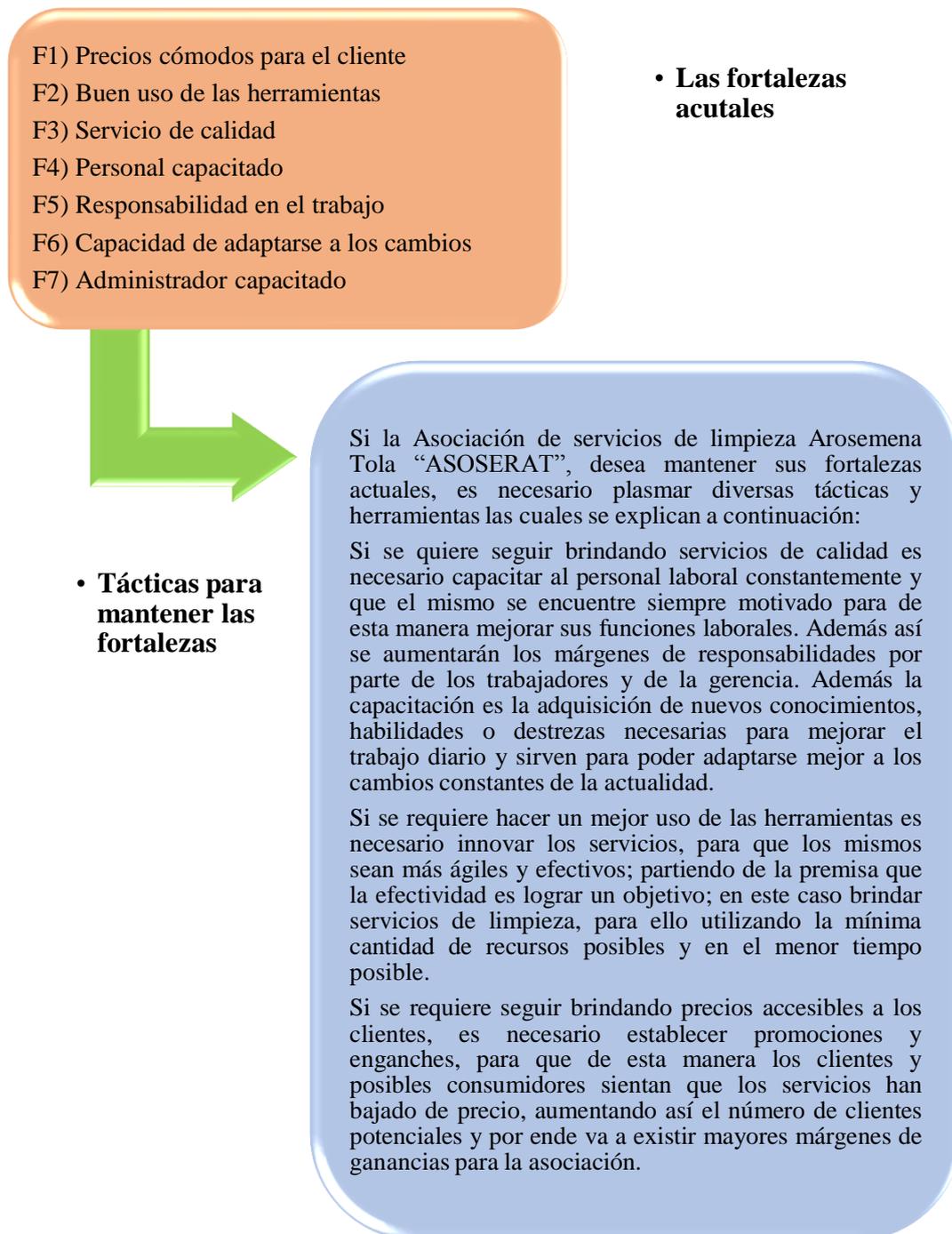
Pero si existen varias tácticas para afrontarlas, todo depende del tipo de amenaza sufrida; como por ejemplo si la economía nacional está estancada por el excesivo endeudamiento la asociación deberá contar con fondos disponibles emergentes, es decir capital ahorrado en caso ser necesitado cuando se requiera.

Otra táctica importante que debería aplicar la Asociación “ASOSERAT” es la capacitación a todo nivel, para de esta manera poder competir con experimentados competidores o multinacionales; además la asociación debe ver a la Globalización no como una amenaza sino más bien como una oportunidad de crecimiento, reduciendo así el miedo de enfrentarse a las nuevas tecnologías.

Por otra parte no es ningún secreto que en la actualidad la economía ecuatoriana pone muchas trabas a las empresas, asociaciones y demás organizaciones, por ende se debe cumplir a cabalidad con las normas establecidas por estatutos gubernamentales, para que de esta manera los mismo no sancionen a la Asociación “ASOSERAT”.

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

**Figura 3:  
Mantener las fortalezas**

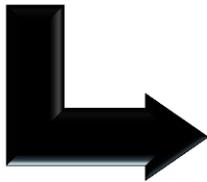


Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

**Figura 4:**  
**Aprovechamiento de las oportunidades**

- O1)** Mayor nivel de profesionales por ende mejor sueldo
- O2)** Ingreso de divisas por migrantes
- O3)** Personal de la competencia no se capacitan
- O4)** La competencia no posee una filosofía institucional
- O5)** Fácil acceso a nuevas tecnologías
- O6)** Implementar herramientas tecnológicas de última generación.
- O7)** Facilidad en Capacitaciones.

• **Las oportunidades actuales**



• **Tácticas para explotar las oportunidades**

Si la Asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, desea mantener sus fortalezas actuales, es necesario plasmar diversas tácticas y herramientas las cuales se explican a continuación:

Si se quiere seguir brindando servicios de calidad es necesario capacitar al personal laboral constantemente y que el mismo se encuentre siempre motivado para de esta manera mejorar sus funciones laborales. Además así se aumentarán los márgenes de responsabilidades por parte de los trabajadores y de la gerencia. Además la capacitación es la adquisición de nuevos conocimientos, habilidades o destrezas necesarias para mejorar el trabajo diario y sirven para poder adaptarse mejor a los cambios constantes de la actualidad.

Si se requiere hacer un mejor uso de las herramientas es necesario innovar los servicios, para que los mismos sean más ágiles y efectivos; partiendo de la premisa que la efectividad es lograr un objetivo; en este caso brindar servicios de limpieza, para ello utilizando la mínima cantidad de recursos posibles y en el menor tiempo posible.

Si se requiere seguir brindando precios accesibles a los clientes, es necesario establecer promociones y enganches, para que de esta manera los clientes y posibles consumidores sientan que los servicios han bajado de precio, aumentando así el número de clientes potenciales y por ende va a existir mayores márgenes de ganancias para la asociación.

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

**Figura 5:**  
**Aplicación de un Marketing eficiente**

El marketing eficiente para la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola "ASOSERAT", se fundamenta en la promoción del servicios brindado, el cual se dará a conocer por medios publicitarios, redes sociales, etc. Con la elaboración de afiches y propagandas de grandes alcances. Todo ello para incrementar el número de clientes actuales; a mayor cantidad de clientes mayores ganancias y por ende existirá rentabilidad más eficientes y beneficiosas.

• **Marketing eficiente?**

• **De que trata el marketing eficiente**

El Marketing eficiente para la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola "ASOSERAT", trata acerca de las promociones publicitarias y de los enganches; en otras palabras; de los descuentos por los servicios brindados, para que de esta manera sea más llamativa para los clientes las promociones propuestas en relación al marketing eficiente son:

Promoción 2x1 por la adquisición del servicio el segundo es gratis o a mitad de precio o con un descuento (dependerá de las decisiones de la Asociación ASOSERAT).

Reconocimiento económico y psicológico por el buen trabajo; se deberá premiar con reconocimientos por el buen desempeño de los trabajadores con tácticas como "el empleado del mes" el cual a fin de mes recibirá un premio económico y unas felicitaciones por el buen trabajo; todo ello para que el resto de trabajadores sigan su ejemplo.

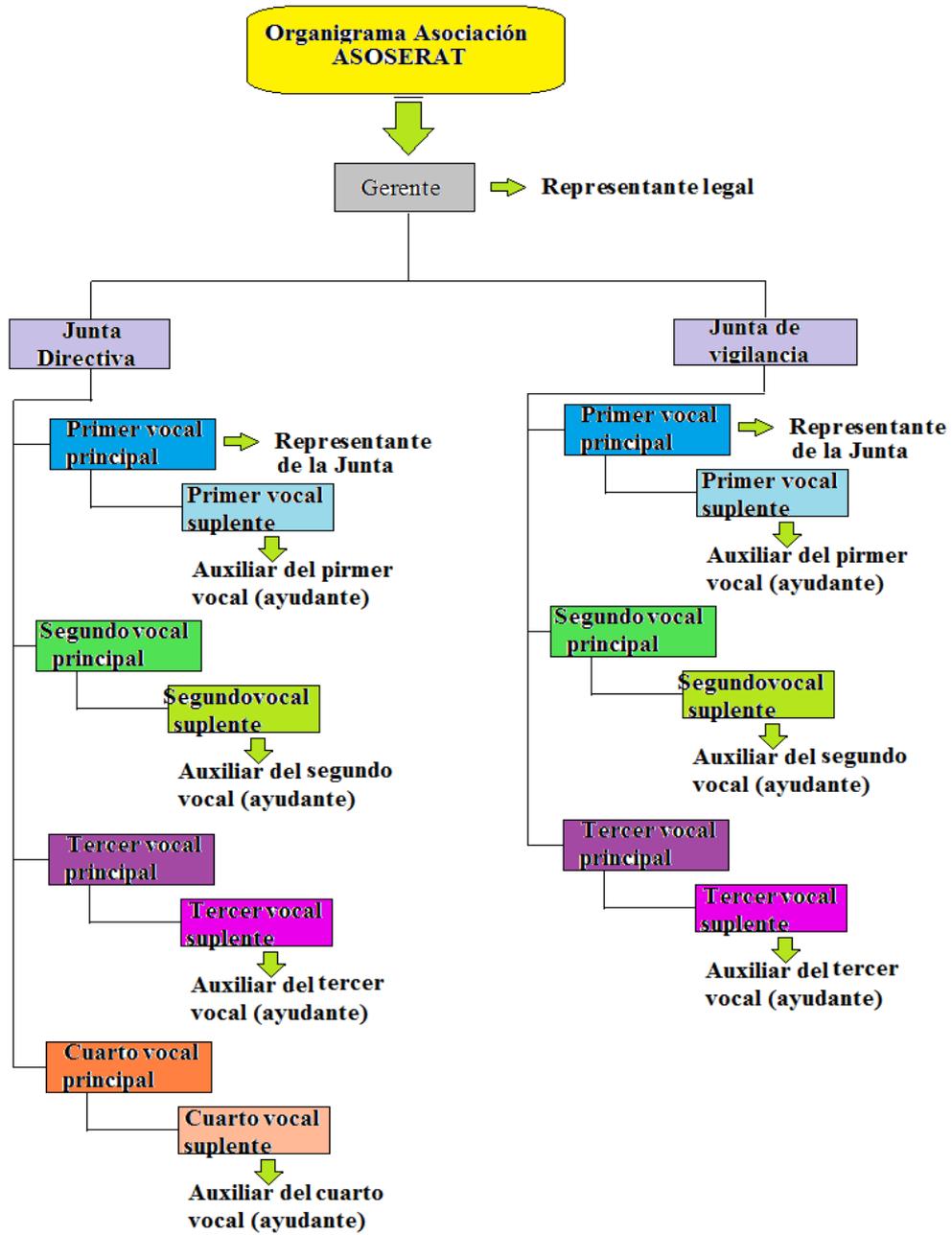
Creación de un blog (página web) anteriormente esto ya se propuso cuyo responsable será el gerente; para que los posibles clientes conozcan los servicios, misión y visión de la Asociación; además adicionalmente se propone a la Asociación la creación de una página en Facebook, Instagram y demás redes sociales.

Publicidad clásica; aunque ya no tenga los alcances que tenían en épocas anteriores, la radio y la televisión todavía conservan cierta influencia en el pensamiento y accionar de la sociedad; por tanto la Asociación debe contratar servicios publicitarios.

Seguimiento a los clientes potenciales; está es una estrategia para fidelizar a los clientes, después de los servicios brindados comunicarse con los clientes para saber su opinión acerca de: calidad en el servicio, niveles de satisfacción, en que se debería mejorar, que tal está la atención al cliente, etc.

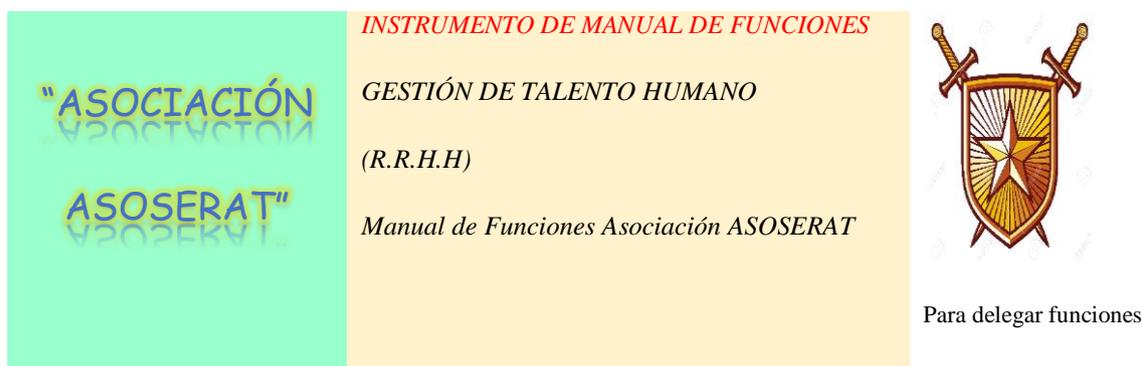
Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

**Figura 6:**  
**Organigrama Propuesto asociación ASOSERAT**



Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

**Figura 7:**  
**Manual de funciones propuesto asociación ASOSERAT**



## I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

*Denominación del Cargo: Gerente*

*Superior Inmediato: Todos los miembros reunidos y partícipes de la Asociación*

*Departamento: Logística*

## II. NATURALEZA DEL CARGO

Tomar las decisiones, deberá ser un líder que guíe y encaminé a todo el personal a la consecución de objetivos y al éxito. Representa legalmente con su firma y rúbrica en el nombre de la Asociación, encargado de elaborar y ejecutar convenios.

## III. FUNCIONES

Los resultados, procesos e informaciones que obtenga deben evaluarlos, controlarlos, coordinarlos y comunicarlos a toda la Asociación. Debe dirigir y delegar funciones a todos los trabajadores y partícipes de la asociación. Ser permisivo en cierto grado. De carácter y personalidad fuerte, para no dejarse sobrellevar por los problemas y conflictos y más bien ser un motivador y guía para el resto. Forma alianzas estratégicas con clientes y proveedores. Establecerá estrategias de marketing a la falta de un jefe departamental de marketing. Toma decisiones y acciones con las que se manejará toda la asociación.

## IV. RESPONSABILIDADES

Ser ético en todo su accionar laboral, no inmiscuirse en peculados y otros delitos bajo ningún concepto, ser un ejemplo a seguir para todo el personal. Inculcar en toda la asociación ambientes armónicos, de respeto, opinión libre y sin prejuicio alguno.

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

**INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES**

**GESTIÓN DE TALENTO HUMANO**

**(R.R.H.H)**

**Manual de Funciones Asociación ASOSERAT**



Para delegar funciones

## I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

*Denominación del Cargo: Primer Vocal*

*Superior Inmediato: Gerente - Todos los miembros reunidos y partícipes de la Asociación*

*Departamento: Área de Junta Directiva*

## II. NATURALEZA DEL CARGO

Es el máximo representante y encargado de todas las acciones y logísticas del área de la junta de dirección, cuyo objetivo es analizar decisiones, financiamientos, trabajadores y procesos para que todo vaya encaminado al cumplimiento y logro a cabalidad de los objetivos estratégicos propuestos.

## III. FUNCIONES

Representar y estar a la cabeza de la Junta directiva

Controlar y subordinar responsabilidades y actividades al resto de los vocales y participantes de la Junta Directiva.

Retroalimentar informaciones y decisiones concretas a seguir para elegir la más idónea.

Ser la voz final en la toma de decisiones financieras, alianzas estratégicas, negociaciones y en los procesos operacionales.

Junto con el primer vocal de la junta de vigilancia; ser un auxiliar y apoyo para la gerencia para tomar decisiones importantes o de gran repercusión.

## IV. RESPONSABILIDADES

Ser líder y orientador para toda el área de la Junta Directiva, honestidad y jurisprudencia en el desarrollo de todas sus funciones laborales, Informar sucesos importantes a la junta directiva y gerencia. Ser solidario con sus compañeros de trabajo.

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

**INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES**

**GESTIÓN DE TALENTO HUMANO**  
(R.R.H.H)

*Manual de Funciones Asociación ASOSERAT*



Para delegar funciones

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>
<i>Denominación del Cargo: Primer Vocal Principal</i>
<i>Superior Inmediato: Gerente - Todos los miembros reunidos y partícipes de la Asociación</i>
<i>Departamento: Área de Junta de Vigilancia</i>

<b>II. NATURALEZA DEL CARGO</b>
Es el máximo representante y encargado de todas las acciones y logísticas del área de la junta de vigilancia, cuyo objetivo es vigilar procesos, al personal, estrategias y todas las actividades que ejecute la Asociación para que se cumpla según lo establecido.
<b>III. FUNCIONES</b>
<p>Representar y estar a la cabeza de la Junta de Vigilancia</p> <p>Controlar y subordinar responsabilidades y actividades al resto de los vocales y participantes de la Junta de Vigilancia</p> <p>Retroalimentar informaciones y decisiones concretas a seguir para elegir la más idónea.</p> <p>Ser la voz final en la junta de Vigilancia para saber qué acciones concretas y correctivas tomar en caso de presentarse dificultades, problemas y demás novedades.</p> <p>Junto con el primer vocal de la junta directiva; ser un auxiliar y apoyo para la gerencia para tomar decisiones importantes y de gran repercusión.</p>
<b>IV. RESPONSABILIDADES</b>
Ser líder y orientador para toda el área de la Junta de Vigilancia, honestidad y jurisprudencia en el desarrollo de todas sus funciones laborales, Informar sucesos importantes a la junta de vigilancia y gerencia. Ser solidario con sus compañeros.

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

	<i>INSTRUMENTO DE MANUAL DE FUNCIONES</i>
	<i>GESTIÓN DE TALENTO HUMANO</i>
	<i>(R.R.H.H)</i>
	<i>Manual de Funciones Asociación ASOSERAT</i>



Para delegar funciones

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>
Denominación del Cargo: Vocales 2do, 3ro, 4to y Suplentes
Superior Inmediato: Vocales 1 de ambas juntas, Gerente y la Asociación.
Departamento: Área de Junta de Vigilancia y Junta Directiva

<b>II. NATURALEZA DEL CARGO</b>
Los vocales 2do, 3ro y 4to son reemplazos en caso de que falte el vocal 1 y los Vocales suplentes son reguladores, complementarios y ayudantes de los vocales 2do, 3ro y 4to.
<b>III. FUNCIONES</b>
El área de la Junta Directiva posee 4 vocales, cuyo máximo representante como se mencionaba anteriormente es el vocal 1, en cuya ausencia el vocal 2 queda encargado, o el vocal 3 o el 4 sucesivamente; cada vocal de la Junta Directiva 2do, 3ro y 4to posee un ayudante o auxiliar conocido como vocal suplente; todas las funciones del vocal 2do, 3ro, 4to y suplentes radican en conformar la Junta Directiva para analizar premisas, datos y alianzas para en conjunto y votación tomar las mejores decisiones para la Asociación. El área de la Junta de Vigilancia posee 3 vocales, cuyo máximo representante como se mencionaba anteriormente es el vocal 1, en cuya ausencia el vocal 2 queda encargado, o el vocal 3 o sucesivamente; cada vocal de la Junta de Vigilancia 2do, 3ro y 4to posee un ayudante o auxiliar conocido como vocal suplente; todas las funciones del vocal 2do, 3ro, y suplentes radican en conformar la Junta de Vigilancia para coordinar acciones correctivas y monitorear todas las acciones y actividades que se ejecuten en la Asociación.
<b>IV. RESPONSABILIDADES</b>
Trabajar con ética, compromiso, valor, fidelidad, honestidad, pericia y cumplimiento.

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

**Figura 8:  
Fidelización de los clientes actuales**

Se considera la fidelidad de clientes a las personas o más bien dicho consumidores que de manera constante y en períodos cortos consumen o utilizan productos (bienes o servicios) con una regularidad permanente y dichos consumos lo hacen en una sola empresa u organización en especial. Entonces la fidelización de clientes es una herramienta de vital importancia para las organizaciones, pues se considera una de las principales prioridades para la misma.

• **A que se refiere la fidelización de clientes?**

• **Estrategias para fidelizar clientes**

Si la Asociación ASOSERAT desea fidelizar a sus clientes debe ejecutar ideas y estrategias para maximizar los niveles de calidad, buen trato y conformidad de los clientes con los servicios brindados y la atención al cliente. Es decir la relación entre los clientes o futuros consumidores con los miembros de la Asociación debe ser muy calidad y eficiente. Se debe brindar promociones y beneficios especiales por el consumo frecuente de los consumidores. Fortalecer las relaciones interpersonales entre los clientes y la asociación (los clientes deben sentirse cómodos con la asociación y sus integrantes, que exista un ambiente de armonía, comprensión, ternura y respeto). Los miembros de la asociación ASOSERAT deberían recibir capacitaciones para atender de mejor manera a los clientes, y se debe brindar un servicios de "POST-VENTA" comunicarse con los clientes para saber los niveles de satisfacción de los servicios brindados, o si existe alguna novedad o inconformidad con el o los servicios brindados.

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

**Figura 9:**  
**Modelos de motivación propuesto para los socios de la asociación ASOSERAT**

Personal más apto e identificado con la Asociación

Mejoramiento en el área laboral y mayores fuentes de ingresos por parte de inversores, accionistas o socios.

Mejoramiento del clima laboral interno

Ambiente adecuado de comprensión y ayuda mutua entre el personal laboral y los socios de la Asociación ASOSERAT.

Mejor armonía, confianza y liderazgo.

**•Cuál es le beneficio de motivar a los socios y personal?**

**•Métodos para conseguir la motivación asociativa**

Una herramienta de vital importancia para la motivación y conseguir el máximo de efectividad laboral y mayores aportes de capital por parte de los socios es el “Empoderamiento” es decir dar a los trabajadores una especie de poder especial, para que sientan que son partícipes muy importantes dentro de la Asociación, eso aumenta grandemente la conformidad tanto de socios como trabajadores lo cual es muy beneficioso para la Asociación en general; Empoderamiento = Sescamiento. Para motivar al personal se debe premiar el buen trabajo o las buenas acciones, con reconocimientos como placas, felicitaciones grupales y de ser posible remuneraciones económicas; así todos los integrantes de la Asociación desearán dichos reconocimientos por ende mejorarán sus funciones siendo más efectivos, buscando la excelencia y la calidad a todo nivel. Otra herramienta para la motivación es el “saber escuchar” subcontratar temporalmente a una persona especializada para entender las diversas necesidades, conflictos o problemas que puedan tener el personal laboral y socios dentro de la Asociación.

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza “ASOSERAT”  
Elaborado por: Cando Jairo

**Figura 10:**  
**Propuesta de promociones a los servicios brindados**

Se convierte en una herramienta de marketing eficiente para incrementar ventas y fidelizar a clientes potenciales.

Convierte a los productos ofrecidos (bienes y/o servicios) en algo más llamativo y novedoso para los consumidores.

Con las promociones aumentan los enganches de productos, la diversificación y la gama de los mismos (la variedad es muy importante para conseguir mayores clientes).

Existe una mayor conformidad y compromiso de los clientes hacia la Asociación.

**•Importancia y utilidad de las promociones o descuentos?**



**•En que consisten las promociones?**

Las promociones para la Asociación ASOSERAT simplemente serán descuentos especiales a los servicios de limpieza brindados, o promociones al 2x1 y más descuentos especiales a clientes frecuente (se propone el 25% de descuento a clientes frecuentes). Por último también las promociones pueden ir encaminadas a los Socios inversores, dando a conocer las ventajas y beneficios de invertir capital en la Asociación mostrando con unidades monetarias y porcentajes la utilidad, ganancia y beneficios que tiene la Asociación ASOSERAT.

Fuente: Estudio ejecutado en la Asociación de Servicios de limpieza "ASOSERAT"  
Elaborado por: Cando Jairo

#### **4.14 LINEAMIENTOS OPERATIVOS PROPUESTOS PARA LA ASOCIACIÓN “ASOSERAT”**

Serán las normas operacionales en el proceso de conformación de nuevos Socios, créditos en ventas, prestación de servicios de limpieza, la agilización de procesos, la gestión gerencial y el manejo general de la Asociación.

Como lineamiento operativo se propone que los créditos en ventas no superen los 6 meses de deuda; a no ser que todos los partícipes de la Asociación así lo deseen dependiendo del tipo de cliente y del monto en ventas.

Como lineamiento operativo se propone que los nuevos Socios o Inversores que ingresen a la Asociación “ASOSERAT” sean estudiados y analizados; así mismo tengan la misma voz y voto que el resto de socios; que cada socio sea importante, estableciendo que cada socio ha dispuesto diferentes cantidades de capital para la Asociación.

Como lineamiento operativo se propone que se debe respetar los horarios de trabajo y motivar constantemente a todos los miembros de la Asociación para mejorar el ambiente laboral y organizacional; es decir que exista un ambiente de confiabilidad, comprensión ayuda mutua, capacitaciones constantes y empoderamientos.

Como lineamiento operativo se propone asignar responsabilidades mediante un manual de funciones, anteriormente propuesto, para mejorar las delegaciones y obligaciones que debe tener cada socio, trabajador, gerente y demás partícipes de la Asociación.

Como lineamiento operativo se propone la calidad total y la eficacia en todo su esplendor, en especial en la atención al público o clientes; para así fidelizar clientes e incrementar beneficios rentables.

Como lineamiento operativo se propone no aumentar el monto de los egresos o gastos de la Asociación, en relación a los períodos anteriores, siempre y cuando no exista algún suceso fuera de lo previsto.

Como lineamiento operativo se propone establecer diversos planes de contingencia en caso de que sucedan desastres, amenazas o conflictos fuera de la naturaleza de la asociación.

Como lineamiento operativo se propone que la Asociación “ASOSERAT” debe cumplir a cabalidad y con perseverancia, paciencia y en los tiempos establecidos con el Plan Estratégico propuesto; debido a los grandes beneficios y ventajas que arrojará el mismo para la Asociación.

Como lineamiento operativo se propone la creación de un blog virtual, pagina en Facebook y Twitter, debido a la gran influencia que ha tenido las redes sociales a nivel global. Para promocionar de manera efectiva a la Asociación y así hacerse más conocida, obtener ventajas competitivas, aumentar la cantidad de clientes potenciales e incrementar el prestigio en general de la Asociación “ASOSERAT”.

Como lineamiento operativo se propone el cumplimiento a cabalidad de la nueva misión, visión, objetivos, estrategias y tácticas todo en pro y beneficio de la Asociación.

## CONCLUSIONES

El diseño del plan estratégico para la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”, fue elaborado correctamente, presenta un sinnúmero de beneficios y ventajas para toda La Asociación en general y el mismo se justifica en costes y tiempos.

La filosofía empresarial para la Asociación “ASOSERAT” fue diseñada efectivamente mediante el uso de métodos y técnicas institucionales empleadas a lo largo de este trabajo; la asociación tendrá un sentido de pertenencia e identificación, para que los socios y clientes tengan en claro cuál es el propósito que persigue la asociación, de esta manera se va a brindar un servicio más confiable y de calidad ya que todas sus actividades van a ser ejecutadas de acuerdo a lo planeado, sabiendo que los esfuerzos conjuntos (de todos los partícipes de la Asociación) les conduce a un mejor futuro.

Se pudo determinar la situación actual de la Asociación de Servicio de Limpieza Arosemena Tola, con un análisis efectuado mediante la matriz FODA el cual permitió determinar algunas premisas tales como: La asociación posee más oportunidades que amenazas, mediante la suma de todos los factores el resultado es de 3.6 el cual determina que la asociación tiene posibilidades de triunfar en el ambiente externo, El ambiente interno la ponderación de los factores se obtuvo un total de 3.9 el cual establece que la asociación posee más fortalezas que debilidades, para lo cual la asociación debe aprovechar al máximo sus potencialidades y tratar de revertir esos resultados negativos, para consolidarse como una asociación efectiva.

Se logró proponer nuevos objetivos, estrategias, planes de acción y operativos que permitirán en el futuro corregir las desviaciones detectadas. Este es el primer paso importante que la asociación realizará para constituirse como una organización sólida en el mercado, constituida en bases bien definidas para que en el transcurso del tiempo se enfrente a los problemas con las estrategias previamente establecidas y así contribuya al engrandecimiento de la asociación y el progreso del país.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que para el diseño de un plan estratégico en empresas, organizaciones, asociaciones o negocios; se debe tomar en cuenta bases teóricas avaladas e informaciones y datos verídicos, además el diseño del plan estratégico actual puede servir como base para ser utilizado en otras y futuras investigaciones.

A la asociación se le recomienda aplicar la filosofía empresarial propuesta de manera efectiva cumpliendo las normas establecidas en los cronogramas, programas y manuales de funciones; así mismo la nueva filosofía propuesta deberá ser divulgada entre todos los socios de la asociación, para que todos tengan un mismo horizonte al cual perseguir.

La asociación deberá aprovechar al máximo sus oportunidades y sus fortalezas en la consecución de sus objetivos y tratar de revertir sus aspectos negativos en fortalezas para constituirse en el mercado de servicios de limpieza como una de las mejores.

La Asociación de Servicios de Limpieza “ASOSERAT” debe realizar constantes controles internos que ayuden a detectar y eliminar anomalías que se puedan estar dando dentro de la organización y emplear nuevos métodos más agresivos que ayuden a superar esas situaciones.

Se recomienda a la noble institución de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo que en lo posible se imparta temáticas de vital importancia en la vida empresarial y de los negocios como el éxito organizacional, los planes estratégicos, la gestión administrativa y los niveles de satisfacción de clientes, gobierno, asociados, accionistas y demás grupos e interés.

Se recomienda a la noble institución de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, también que no debería ponerse tantas trabas y/o requisitos para la presentación, aprobación, defensa y consentimientos de los trabajos investigativos, ya que todo el proceso de aprobación del trabajo investigativo ha sido demasiado lento y burocrático.

Finalmente es recomendable que todos y cada uno de los miembros como: trabajadores, socios y clientes de la Asociación “ASOSERAT”; se sientan más identificados con la asociación y tomen a la misma con la debida importancia, ya que la misma tiene mucha influencia en sus vidas cotidianas.

## BIBLIOGRAFÍA

Baquero, C. (2005). *Administración de recursos humanos*. Obtenido de:

<https://books.google.com.ec/books?id=mXjYQZHrO0kC&pg=PA21&dq=concepto+de+recursos+humanos&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiM1IH7gq7bAhVRy1MKHTNGBn0Q6AEIJjAA#v=onepage&q=concepto%20de%20recursos%20humanos&f=false>

Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. Obtenido de:

[https://books.google.com.ec/books?id=h4X\\_eFai59oC&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiOqILF6fDfAhVFtlkKHfe8CJEQ6AEIJzAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=h4X_eFai59oC&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiOqILF6fDfAhVFtlkKHfe8CJEQ6AEIJzAA#v=onepage&q=metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false)

Blandez, M. (2014). *Proceso administrativo*. Obtenido de:

<https://books.google.com.ec/books?id=TYHDCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=administrativo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiFyefwj7bAhXLwFMKHeWfBo8Q6AEIOzAE#v=onepage&q=administrativo&f=false>

Carrión, J. (2007). *Estrategia de la visión a la acción*. Obtenido de:

[https://books.google.com.ec/books?id=8\\_PwIoGOa6QC&printsec=frontcover&dq=Estrategia+de+la+visi%C3%B3n+a+la+acci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwixy5ben\\_nbAhXDzFMKHaj4CCEQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Estrategia%20de%20la%20visi%C3%B3n%20a%20la%20acci%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=8_PwIoGOa6QC&printsec=frontcover&dq=Estrategia+de+la+visi%C3%B3n+a+la+acci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwixy5ben_nbAhXDzFMKHaj4CCEQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Estrategia%20de%20la%20visi%C3%B3n%20a%20la%20acci%C3%B3n&f=false)

Díaz, L. (2005). *Análisis y planeamiento*. Obtenido de:

<https://books.google.com.ec/books?id=6p0R6MOBQc4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Hermosilla, J. (1999). *Bases para el plan estratégico del Municipio de Cortes de*

*Pallas*. Obtenido de: <https://books.google.com.ec/books?id=GCIGDL5h-6QC&pg=PA10&dq=definicion+de+plan+estrategico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi1srmsqPfbAhVBzlkKHTcyAn0Q6AEIPTAE#v=onepage&q=definicion%20de%20plan%20estrategico&f=false>

- Hernández, C. (2011). *Planificación y programación*. Obtenido de:  
[https://books.google.com.ec/books?id=lc5s-90S7UMC&printsec=frontcover&dq=Planificacion+y+programacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiqtJ2mn\\_nbAhXQy1MKHdA6DiwQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=lc5s-90S7UMC&printsec=frontcover&dq=Planificacion+y+programacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiqtJ2mn_nbAhXQy1MKHdA6DiwQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false)
- Ildefonso, G., & Abascal, E. (2005). *Análisis de encuestas*. Obtenido de:  
[https://books.google.com.ec/books?id=qFczOOiWRsGc&printsec=frontcover&dq=analisis+de+la+encuesta+ildefonso&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjRtODT6\\_DfAhWRwFkKHWWdAu4Q6AEIKjAA#v=onepage&q=analisis%20de%20la%20encuesta%20ildefonso&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=qFczOOiWRsGc&printsec=frontcover&dq=analisis+de+la+encuesta+ildefonso&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjRtODT6_DfAhWRwFkKHWWdAu4Q6AEIKjAA#v=onepage&q=analisis%20de%20la%20encuesta%20ildefonso&f=false)
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2006). *Dirección estratégica*. Obtenido de: <https://books.google.com.ec/books?isbn=8420546186>
- Lerma, A., & Barcena, K. (2012). *Planeacion estrategica por areas funcionales*. Mexico: Alfaomega.
- Martel, P., & Vegas, J. (1997). *Probabilidad y estadística en Medicina*. Obtenido de:  
<https://books.google.com.ec/books?id=J12IRXENQ88C&printsec=frontcover&dq=Probabilidad+y+estadistica+en+medicina&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjw t8GY6fDfAhWtklKHb8NAgQQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Probabilidad%20y%20estadistica%20en%20medicina&f=false>
- Mendez, C. (2006). *Clima organizacional*. Obtenido de:  
[https://books.google.com.ec/books?id=qipFxpVbK1AC&printsec=frontcover&dq=clima+organizacional+mendez&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiCzP3-7\\_DfAhVKwFkKHea\\_COQQ6AEIJzAA#v=onepage&q=clima%20organizacional%20mendez&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=qipFxpVbK1AC&printsec=frontcover&dq=clima+organizacional+mendez&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiCzP3-7_DfAhVKwFkKHea_COQQ6AEIJzAA#v=onepage&q=clima%20organizacional%20mendez&f=false)
- Mendoza, L. (2014). *Diseño del plan estratégico 2013-2017 de la Empresa Patricia Ramirez*. (Tesis de pregrado, Universidad de Cartagena). Obtenido de:  
<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/2433/1/Dise%C3%B1o%20del%20Plan%20Estrategico%20a%20la%20Empresa%20Patricia%20Ramirez.%20Lourdes%20Mendoza.pdf>
- Pérez, C. (2005). *Estrategia y mente el código del gran juego*. Obtenido de:  
<https://books.google.com.ec/books?id=EQupEtFF9KoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Saavedra, R., Castro, L., Restrepo, O., & Rojas, A. (2001). *Planificación del desarrollo*. Obtenido de: <https://books.google.com.ec/books?id=rhq8X->

M1\_10C&printsec=frontcover&dq=planificacion+del+desarrollo&hl=es&sa=X  
&ved=0ahUKEwiSr6qhmVnbAhWB1lMKHVKaByEQ6AEIJjAA#v=onepage  
&q=planificacion%20del%20desarrollo&f=false

Sánchez, J. (2012). *La tecnología*. Obtenido de:

<https://books.google.com.ec/books?id=0UccK9bD5gsC&printsec=frontcover&dq=que+es+tecnologia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjzva66n67bAhVklplkKHdMbc5oQ6AEILDAB#v=onepage&q&f=false>

Sanfuentes, A. (1997). *Manual de economía*. Obtenido de:

[https://books.google.com.ec/books?id=uzD8KBcq0UkC&pg=PA3&dq=que+es+economia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi0\\_cy4la7bAhVNs1kKHT11AxAQ6AEILDAB#v=onepage&q=que%20es%20economia&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=uzD8KBcq0UkC&pg=PA3&dq=que+es+economia&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi0_cy4la7bAhVNs1kKHT11AxAQ6AEILDAB#v=onepage&q=que%20es%20economia&f=false)

Stephen , R. (2014). *Comportamiento Organizacional*. Obtenido de:

<https://books.google.com.ec/books?id=OWBokj2RqBYC&printsec=frontcover&dq=comportamiento+organizacional+stephen&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjHh4W48vDfAhUq2FkKHQKECtMQ6AEIJzAA#v=onepage&q=comportamiento%20organizacional%20stephen&f=false>

Tobar, K. (2007). *Elaboración de un plan estratégico para la Empresa Rhenania S.A*". (Tesis de pregrado, Escuela Politecnica nacional). obtenido de:

<http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/586/1/CD-0979.pdf>

Velasco , F. (2017). *Aprender a elaborar un plan de negocios*. Obtenido de:

<https://books.google.com.ec/books?id=B1xTHv9d8ogC&printsec=frontcover&dq=Aprender+a+elaborar+un+plan+de+negocios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjO6K7zmfnbAhUK21MKHelUDLYQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Aprender%20a%20elaborar%20un%20plan%20de%20negocios&f=false>

Zorita, E. (2015). *Plan de negocios*. Obtenido de:

<https://books.google.com.ec/books?id=L1HoBwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Plan+de+negocios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjCmOvEnfnbAhVO2lMKHTu-ACsQ6AEIKzAB#v=onepage&q=Plan%20de%20negocios&f=false>

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta aplicativa



### BANCO DE PREGUNTAS

Diseñar un plan estratégico para la asociación de servicios de limpieza Arosemena Tola “ASOSERAT”.

La siguiente encuesta va dirigida especialmente para recolectar información oportuna la misma que nos servirá para tomar decisiones que permita mejorar la situación actual de la asociación.

¿La asociación cuenta con su misión y visión?

SI

NO

¿La asociación cuenta con sus propios valores que regulen las actividades que realiza sus socios?

SI

NO

¿La asociación ha establecido objetivos organizacionales que les permitan tener un horizonte bien definido?

SI

NO

¿La asociación posee metas que permitan alcanzar los objetivos planteados?

SI

NO

¿La asociación cuenta con estrategias que permitan el logro de sus objetivos?

SI

NO

¿La asociación posee políticas internas que normen sus actividades?

SI

NO

¿Usted conoce si la asociación tiene establecida sus Fortalezas, debilidades, Amenazas y oportunidades?

SI

NO

¿Cree que es necesario realizar una planificación estratégica que ayude con el cumplimiento sus aspiraciones?

SI

NO

¿La asociación cuenta con una planificación previa para la realización de sus actividades?

SI

NO

¿La asociación cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de sus actividades?

SI

NO

Anexo 2: Resultado de las encuestas

¿La asociación cuenta con su misión y visión?

SI	NO
0	15

¿La asociación cuenta con sus propios valores que regulen las actividades que realiza sus socios?

SI	NO
0	15

¿La asociación ha establecido objetivos organizacionales que les permitan tener un horizonte bien definido?

SI	NO
15	0

¿La asociación posee metas que permitan alcanzar los objetivos planteados?

SI	NO
0	15

¿La asociación cuenta con estrategias que permitan el logro de sus objetivos?

SI	NO
0	15

¿La asociación posee políticas internas que normen sus actividades?

SI	NO
12	3

¿Usted conoce si la asociación tiene establecida sus Fortalezas, debilidades, Amenazas y oportunidades?

SI	NO
0	15

¿Cree que es necesario realizar una planificación estratégica que ayude con el cumplimiento sus aspiraciones?

SI	NO
15	0

¿La asociación cuenta con una planificación previa para la realización de sus actividades?

SI	NO
0	15

¿La asociación cuenta con los recursos necesarios para el cumplimiento de sus actividades?

SI	NO
6	9

Anexo 3: Fotografías del investigador en la Asociación “ASOSERAT”

Capacitación



Recopilación de la información en el lugar de los hechos



Bodega



Realización de las actividades de limpieza

