



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**

**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**

**TEMA:**

**PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y SU INCIDENCIA EN LA CAPTACIÓN DE  
NUEVOS SOCIOS EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS MECÁNICOS Y SUS  
ANEXOS DE BABAHOYO PROVINCIA LOS RÍOS**

**AUTORA:**

**ANDREA ISABEL VERA MEJÍA**

**TUTORA:**

**Ing. ALICIA CORINA ENRIQUEZ CUADRO MSc.**

**LECTORA:**

**Lcda. IRALDA ALEMÁN FRANCO MSc.**

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2018**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**

**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico a Dios por haberme dado la inteligencia y ser guía en mi camino.

A mis padres que siempre han estado ahí para brindarme su apoyo incondicional.

A mi esposo por su sacrificio y esfuerzo, por creer en mi capacidad aunque hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindándome su comprensión cariño y amor.

A mis amados hijos Samuel y Josué por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para tener un futuro mejor.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

Andrea Isabel Vera Mejía



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA

MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme acompañado en todo este tiempo para que pueda terminar mi carrera.

A mi tutor en este trabajo de investigación por compartir sus conocimientos, así como también haberme tenido toda la paciencia para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

Mi agradecimiento también va dirigido a la Asociación de Artesanos Mecánicos y Anexos por haber aceptado que se realice mi tesis en su prestigiosa institución.

A mis compañeros, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas las personas que durante este tiempo estuvieron a mi lado apoyándome.

Andrea Isabel Vera Mejía



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**

**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

### **AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, **ANDREA ISABEL VERA MEJÍA**, portadora de la cédula de ciudadanía **1206711317**, en calidad de autor(a) del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Administración ejecutiva, declaro que soy autor(a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

**PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y SU INCIDENCIA EN LA CAPTACIÓN DE NUEVOS SOCIOS EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS MECÁNICOS Y SUS ANEXOS DE BABAHOYO PROVINCIA LOS RÍOS**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

  
**ANDREA ISABEL VERA MEJÍA**

**CL. 1206711317**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**

**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

Babahoyo, 23 de noviembre del 2018

**Babahoyo, 20 de noviembre del 2018**

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 022, con 09 de febrero del 2018, mediante resolución CD FAC.C.J.S.E- SO-002- RES-001-2018, certifico que el Sr. (a) (ta) **ANDREA ISABEL VERA MEJÍA**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto titulado:

**PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y SU INCIDENCIA EN LA CAPTACIÓN DE NUEVOS SOCIOS EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS MECÁNICOS Y SUS ANEXOS DE BABAHOYO PROVINCIA LOS RÍOS**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

**Ing. ALICIA CORINA ENRIQUEZ CUADRO MSc.**

**DOCENTE DE LA FCJSE.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**

**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL LECTOR DEL INFORME  
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA  
SUSTENTACION.**

**Babahoyo, 25 de noviembre del 2018**

En mi calidad de Lector del Informe Final del Proyecto de Investigación, designado por el Consejo Directivo con oficio N° 022, con 09 de febrero del 2018, mediante resolución CD FAC.C.J.S.E- SO-002- RES-001-2018, certifico que el Sr. (a) (ta) **ANDREA ISABEL VERA MEJÍA**, ha desarrollado el Informe Final del Proyecto de Investigación cumpliendo con la redacción gramatical, formatos, Normas APA y demás disposiciones establecidas:

**PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y SU INCIDENCIA EN LA CAPTACIÓN DE  
NUEVOS SOCIOS EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS MECÁNICOS Y SUS  
ANEXOS DE BABAHOYO PROVINCIA LOS RÍOS**

Por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del Informe Final del Proyecto de Investigación y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.

**Lcda. IRALDA ALEMÁN FRANCO MSc.**

**DOCENTE DE LA FCJSE.**





# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA  
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

## RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: **PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y SU INCIDENCIA EN LA CAPTACIÓN DE NUEVOS SOCIOS EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS MECÁNICOS Y SUS ANEXOS DE BABAHOYO PROVINCIA LOS RÍOS**

**PRESENTADO POR LA SRTA: ANDREA ISABEL VERA MEJÍA**

**OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:**

9 Nueve

**Ab. ISELA BERRUZ MOSQUERA  
EQUIVALENTE A:**

**TRIBUNAL:**

  
**MSc. MAYA SANCHEZ SOTO  
DELEGADO DEL DECANO**

  
**MSc. LENÍN MANCHENO PAREDES  
DELEGADO DEL COORDINADOR  
DE CARRERA**

  
**MSc. ABEL ROMERO JÁCOME  
DELEGADO DEL CIDE**

  
**Ab. ISELA BERRUZ MOSQUERA  
SECRETARIA DE LA  
FAC.CC.JJ.JJ.SS.EE**





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**ADMINISTRACIÓN EJECUTIVA**  
**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**



Babahoyo, 21 de Noviembre de 2018

**INFORME FINAL DEL SISTEMA DE URKUND**

En mi calidad de Tutor del Informe Final del Proyecto de Investigación del Srta. **ANDREA VERA MEJÍA**, cuyo tema es: **PLANEACIÓN ESTRATEGICA Y SU INCIDENCIA EN LA CAPTACIÓN DE NUEVOS SOCIOS EN LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS MECÁNICOS Y SUS ANEXOS DE BABAHOYO PROVINCIA LOS RÍOS**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio Urkund, obteniendo como porcentaje de similitud de [9%], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el Informe Final el porcentaje máximo permitido es el 10% de similitud, queda aprobado para su publicación.



Por lo que se adjunta una captura de pantalla donde se muestra el resultado del porcentaje indicado.

**MSC. CORINA ALICIA ENRIQUEZ CUADRO**  
**DOCENTE DE LA FCJSE.**



# ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Autorización de la autoría intelectual.....	iv
Certificado de aprobación del tutor del informe final del proyecto de investigación previa a la sustentación.....	v
Certificado de aprobación del lector del informe final del proyecto de investigación previa a la sustentación.....	vi
Resultado del informe final del proyecto de investigación.....	vii
Informe final del sistema de urkund.....	viii
Índice general.....	ix
Índice de tablas.....	xii
Índice de gráficos.....	xiii
Índice de figuras.....	xiv
Resumen.....	xv
Introducción.....	1
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA.....	3
1.1.    Idea o tema de investigación.....	3
1.2.    Marco contextual.....	3
1.2.1.    Contexto internacional.....	3
1.2.2.    Contexto nacional.....	3
1.2.3.    Contexto local.....	4
1.2.4.    Contexto institucional.....	4
1.3.    Situación problemática.....	5
1.4.    Planteamiento del problema.....	5
1.4.1.    Problema general.....	5
1.4.2.    Subproblemas o derivados.....	6
1.5.    Delimitación de la investigación.....	6
1.6.    Justificación.....	6

1.7.	Objetivos de investigación.....	7
1.7.1.	Objetivo general .....	7
1.7.2.	Objetivos específicos.....	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....		9
2.1.	Marco teórico o referencial.....	9
2.1.1.	Marco conceptual.....	9
2.1.2.	Marco referencial sobre la problemática de investigación.....	54
2.1.2.1.	Antecedentes investigativos.....	54
2.1.2.2.	Categorías de análisis .....	56
2.2.	Hipótesis .....	57
2.2.1.	Hipótesis general.....	57
2.2.2.	Subhipótesis o derivadas .....	57
2.2.3.	Variables.....	57
CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....		58
3.1.	Resultados obtenidos de la investigación.....	58
3.1.1.	Pruebas estadísticas aplicadas .....	58
3.1.2.	Análisis e interpretación de datos .....	59
3.2.	Conclusiones específicas y generales .....	64
3.2.1.	Específicas .....	65
3.2.2.	General.....	65
3.3.	Recomendaciones específicas y generales .....	66
3.3.1.	Específicas .....	66
3.3.2.	General.....	67
CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN .....		68
4.1.	Propuesta de aplicación de resultados .....	68
4.1.1.	Alternativa obtenida .....	68
4.1.2.	Alcance de la alternativa .....	68
4.1.3.	Aspectos básicos de la alternativa .....	69
4.1.3.1.	Antecedentes.....	69
4.1.3.2.	Justificación .....	71

4.2.	Objetivos .....	72
4.2.1.	General.....	72
4.2.2.	Específicos.....	72
4.3.	Estructura general de la propuesta .....	72
4.3.1.	Título.....	72
4.3.2.	Componentes .....	73
	Objetivo general.....	76
	Fines .....	79
4.4.	Resultados esperados de la alternativa .....	97
	Bibliografía .....	98

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1 Estadísticas aplicadas .....	59
Tabla #2 Socios .....	60
Tabla #3 Socios .....	60
Tabla #4 Socios .....	62
Tabla #5 Directivos .....	63
Tabla #6 Directivos .....	64

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico #1: Categoría de análisis .....	56
Gráfico #2 Socios.....	60
Gráfico #3 Socios.....	61
Gráfico #4 Socios.....	62
Gráfico # 5 Directivos .....	63
Gráfico # 6 Directivos .....	64



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1 Asociación de Artesanos Mecánicos y sus Anexos de Babahoyo .....	76
Figura #2 mantener a los socios .....	83
Figura #3 medios de comunicación .....	85
Figura #4 visita a talleres .....	87
Figura #5 estrategia de crecimiento .....	88
Figura #6 Capacitación a los socios .....	90
Figura #7 Programa de responsabilidad social .....	92
Figura #8 Analizando necesidades .....	94
Figura #9 El método de la cadena .....	95
Figura #10 Los actos públicos .....	96

## RESUMEN

Conocer las necesidades de la organización es vital para la supervivencia ésta; dicho conocimiento es condición necesaria pero no suficiente para el éxito. Cualquier empresa puede ofrecer al mercado productos/servicios que cubran las expectativas de sus consumidores; pero si ésta no se los hace saber de nada servirán. La percepción hacia ella depende de la empresa, lo que se escuche y que se entienda dependerá de la forma en que se lo comunique.

El presente trabajo de graduación ha sido desarrollado con la participación de personas allegadas a la asociación, como son: socios y directivos, con lo cual se ha buscado que sus representativos aportes, sugerencias, puntos de vista, comentarios, queden plasmados para el establecimiento de los lineamientos con los cuales vamos a fijarnos metas en el año próximo.

La captación de socios, no es tarea de un día, sino de un trabajo en equipo y perseverancia de muchos meses que traerán consigo resultados positivos, y las mejoras en el ámbito empresarial, que llamará la atención de más artesanos y mecánicos ofreciendo servicios y ventajas que promuevan su ingreso a la asociación. Y lo más importante mantenerse como parte importante de la organización para que esta se mantenga en el mercado.

## INTRODUCCIÓN

La planeación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación interna y externa de esta, se establecen los objetivos generales y se formulan cada una de las estrategias y planes estratégicos necesarios implementar para alcanzar dichos objetivos. Permite apoyar la toma de decisiones en torno a lo que se debe hacer y el camino que se debe tomar en el futuro para estar preparados a los constantes cambios que se viven en el mercado que cada vez se vuelve más competitivo.

Toda organización diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, esto planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la organización. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores. También es importante señalar que la organización debe precisar con exactitud y cuidado la misión que se va a adoptar para que todo se encamine hacia ella.

La planeación estratégica está entrelazada de modo inseparable con el proceso completo de la dirección; por tanto, todos los directivos deben comprender su naturaleza, importancia y magnitud de la planeación. Cualquier compañía que no cuenta con algún tipo de formalidad en su sistema de planeación estratégica, se expone a un desastre inevitable. Este proyecto investigativo se distribuye de la siguiente manera:

**El capítulo I**, se compone la situación problemática, el planteamiento del problema, la delimitación de la investigación, justificación y los objetivos de la investigación.

**El capítulo II**, se encuentra conformado por el marco teórico que se divide en marco conceptual, marco referencial, categorías de análisis, postura teórica, hipótesis y variables.

**El capítulo III**, se encuentra los resultados de la investigación que se divide en resultados obtenidos de la investigación, conclusiones específicas y generales y recomendaciones específicas y generales.

**El capítulo IV**, se encuentra la propuesta teórica de aplicación que se divide en propuesta de aplicación de resultados, objetivos, estructura general de la propuesta y resultados esperados de la alternativa.

# **CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA**

## **1.1.Idea o tema de investigación**

Planeación estratégica y su incidencia en la captación de nuevos socios en la asociación de artesanos mecánicos y sus anexos de Babahoyo, provincia Los Ríos.

## **1.2. Marco contextual**

### **1.2.1. Contexto internacional**

En Colombia, la formulación estratégica del SENA para el periodo 2011-2014 establece una visión al 2020 la cual proyecta al SENA como una institución de clase mundial para beneficio de los colombianos. El modelo estratégico concibe al SENA como una entidad que contribuye a la competitividad del país, a través de dos grandes propósitos: el incremento de la productividad en las empresas y las regiones y, la inclusión social de personas y comunidades vulnerables. El plan se soporta en tres ejes o pilares: orientación al cliente, calidad y estándares internacionales y, tecnología e innovación; a través de dieciséis objetivos estratégicos cuyo resultado final es la creación de valor para sus principales grupos de interés beneficiarios: la sociedad; los trabajadores, las empresas y el gobierno.

### **1.2.2. Contexto nacional**

En el Ecuador la planeación estratégica viene siendo utilizada con más intensidad ya que contribuye a una apropiada y acertada en la elaboración, desarrollo y toma de decisiones por parte de los directivos encargados, mediante estrategias que permitan a los actores tener un compromiso social y laboral dentro de las asociaciones, para hacer de estas organismos consolidados y fuertes en los momentos difíciles que toda organización



pasa y que son importantes porque permiten salir adelante y a su vez les permitirá mantenerse en el mercado ya que el camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen.

### **1.2.3. Contexto local**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Baba, en el marco de la Constitución de la República del Ecuador y del COOTAD, ha encargado la elaboración del Plan Estratégico Participativo Institucional 2014 – 2019, para dinamizar la Administración Municipal involucrando a todo talento humano de manera directa y activa para impulsar en forma conjunta el desarrollo institucional.

Las acciones que se dan en el contexto del Plan Estratégico Participativo Institucional, contribuirán significativamente para hacer del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Baba un Municipio que se proyecta en forma dinámica y consciente a lograr mejores condiciones de vida para sus habitantes.

### **1.2.4. Contexto institucional**

La planeación estratégica en la Asociación ayudara a satisfacer las necesidades plasmando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, a la vez delineando estrategias, gestiones y acciones a ejecutar para lograr primordialmente la unión y cooperación de sus asociados.

La capacitación continua, el fortalecimiento de la imagen, así como el posicionamiento de la asociación como gremio representativo, sólido y consolidado, un paso fundamental en la metodología de planificación estratégica provee para la definición de los objetivos estratégicos tiene que ver con el antiguo y clásico análisis del ambiente externo y del ámbito interno.

### **1.3. Situación problemática**

Mediante el análisis que se realizó en la asociación de artesanos mecánicos y sus anexos se observa que una de las principales causas de la no afiliación de los artesanos hacia la asociación es la falta de conocimiento de los beneficios que existen ya que al no ser socio de la asociación de artesanos no cuentan con descuentos para realizar créditos en entidades bancarias que tan importante es para el artesano emprendedor que necesita poner su taller pero que no cuenta con el recurso suficiente para conseguirlo.

En la asociación existe una escasez de recursos ya que los socios no realizan las aportaciones que les corresponden por formar parte de esta y es por eso que no hay como invertir en una adecuada publicidad para tratar de captar nuevos socios, evitando que la asociación se visualice como una pequeña organización. No existe un plan de acción con el que se pueda hacer una ejecución, revisión y una retroalimentación de lo sucedido dentro de ella. Sin este plan es difícil saber lo que sucede con el mercado, con la competencia y con el manejo de los recursos que permitan establecer la manera en que se organizará, orientará e implementará el conjunto de tareas necesarias para cumplir los objetivos y metas.

Los socios no asisten a las capacitaciones gratuitas que brinda la asociación y que sirven de mucho al artesano para ser innovador con la adquisición de nuevos conocimientos, desconocen del correcto uso de productos nuevos que se ofrecen en el mercado y que son enseñados por representantes de las empresas distribuidoras de estos productos dentro de las capacitaciones constantes que brinda la asociación.

### **1.4. Planteamiento del problema**

#### **1.4.1. Problema general**

¿Cómo incide la planeación estratégica en la captación de nuevos socios en la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus Anexos de Babahoyo, provincia de Los Ríos?

#### **1.4.2. Subproblemas o derivados**

- ¿Qué tipo de planeación se ejecuta para la promoción de la Asociación?
- ¿Cuál es el nivel de participación de los socios en relación con el gremio artesanal?
- ¿Cómo diseñar un plan de acción encaminado hacia la captación de nuevos socios?

#### **1.5. Delimitación de la investigación**

**Línea de investigación de la Universidad:** Investigación Educativa y Cultural.

**Línea de investigación de la carrera:** Gestión.

**Delimitación espacial:** La investigación se desarrollara en la Asociación de Artesanos Mecánicos y Anexos de Babahoyo.

**Delimitación temporal:** Año 2018.

**Delimitación demográfica:** Está dirigido a los 10 directivos y 94 socios que pertenecen al gremio.

#### **1.6. Justificación**

La presente investigación se plantea con la finalidad de establecer estrategias administrativas que permitan la captación de nuevos socios en la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus Anexos de Babahoyo, con el fin de dar alternativas de solución a los problemas que existen dentro de ella por tener poca colaboración, participación e interés de los socios, ya que la asociación depende de los socios y sus aportes para que esta perdure.

La importancia de este trabajo radica en querer tener socios activos y comprometidos que estén dispuestos a colaborar y participar en cada una de las actividades que se lleven a cabo dentro de ella, para esto se debe realizar algún tipo de publicidad innovadora e impactante que ayudara a la asociación a mostrar el compromiso que esta adquiere cuando los artesanos se deciden a afiliarse a ella.

El aporte de este trabajo es dar a conocer a la asociación dentro de la ciudad y sus alrededores para que cada uno de los artesanos la conozcan, sepan los beneficios que obtienen cada uno de los socios que se afilian a ella y la ayuda que pueden recibir en caso de tener algún tipo de problema ya sea con una entidad privada o del estado ya que el artesano tiene beneficios por su afiliación.

Este proyecto es factible ya que para su realización cuenta con la autorización de la directiva y afiliados a la asociación; la cual se dio a conocer en una asamblea, será la primera planeación estratégica que se realice ayudando a la captación de socios, siendo una de las más importantes porque de esos socios depende que la asociación siga funcionando y se mantenga en el mercado.

Los beneficiarios serán los socios ya que se planteara que se lleven a cabo constantes capacitaciones en cada una de sus ramas artesanales y atención al cliente de manera general ya que muchos de ellos tienen pocos estudios, por ende tendrán un mejor desempeño en sus funciones creando un clima de trabajo apropiado dentro de sus talleres, lo que permitirá atender de una mejor manera a sus clientes para que estos sean fieles a ellos y les permita ser recomendados entre sus conocidos y familiares.

## **1.7. Objetivos de investigación**

### **1.7.1. Objetivo general**

Determinar la incidencia de la planeación estratégica en la captación de nuevos socios en la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus Anexos de Babahoyo, provincia Los Ríos.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- Identificar el tipo de planeación que se ejecuta para la promoción de la Asociación.
- Analizar el nivel de participación de los socios en la relación directa con el gremio artesanal.
- Diseñar un plan de acción encaminado hacia la captación de nuevos socios.



## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

### **2.1. Marco teórico o referencial**

#### **2.1.1. Marco conceptual**

##### **Planificación**

Se basa en implantar el orden de interés seleccionado, con la finalidad de obtener un objetivo definido, de acuerdo con los recursos que se tienen en ese momento, teniendo en claro la situación actual de la institución, con la finalidad de obtener los mejores resultados posibles(Riquelme M. , 2017).

##### **Planeación estratégica**

Procedimiento administrativo que ayuda a los dirigentes de una institución para manifestar, implementar, proyectar y determinar decisiones que posibilitan conseguir la meta, respondiendo a inconvenientes del presente, para lograr desarrollar esto se tiene que seleccionar, estudiar y recopilar la información más destacada tanto del ámbito interno como del ámbito externo en donde se encuentre localizada la organización (Equipo de Consultoría, 2017).

##### **Estrategias**

Son los diferentes procedimientos en que una organización después de haber desarrollado un estudio amplio, realice su talento para lograr sus metas, para poder realizar esto es necesario que las estrategias organicen una secuencia de operaciones programadas que favorezcan en la toma de decisiones y a adquirir el rendimiento anhelado que requiere la institución (Raquel Ayestaran, 2016).

## **Asociación**

Se lo determina como la acción y consecuencia de afiliarse o agremiarse, juntarse con individuos contribuya en algún trabajo, unir una cosa con otra para lograr un mismo propósito, generalmente las asociaciones se constituyen sin fines de lucro y todas las resoluciones que se llevan a cabo dentro de la misma son preliminarmente consensuadas entre los afiliados para obtener un mismo fin (Definicion.de, 2014).

## **Socios**

Consiste en la unión entre dos o más individuos para constituir una asociación, tienen derecho a participar con voz y voto en la asamblea general de socios donde pueden decidir todas las cuestiones relacionadas con la asociación. Pueden tener una secuencia de compromisos como pagar cuotas, participar en determinados actos, etc. (Faus, 2014).

## **Proceso administrativo**

Está compuesto por pasos que posibilitaran dar resultados positivos a un problema administrativo que puede manifestarse en cualquier organización, para que se lleve a cabo este proceso se debe tener claro las metas, estrategias y políticas de la empresa “ Proporciona que el proceso administrativo sea de una manera fácil, se puede decir que es flujo continuo e interrelacionado en las actividades de planeación, organización dirección y control, que se encargan de hacer cumplir los objetivos establecidos” (Banco Popular Dominicano, 2015). Esto puede suceder empleando los recursos humanos, técnicos, materiales y de cualquier otro tipo, con los que cuenta la organización para hacerla efectiva.

## **Etapas del proceso administrativo**

**Planificación:** Esta etapa se basa en mirar hacia el futuro, determinar objetivos establecidos estipulados al desempeño de la institución y resolver cual es el mejor método para lograrlo afrontando la situación.(Robles, 2017).

**Organización:** Se la define como el desarrollo en el que los proyectos establecidos se impulsan hacia la ejecución, estructurar el recurso humano como los otros recursos que son necesarios cumplir los objetivos establecidos.

**Dirección:** Después de la planificación y poseer una clara estructura organizativa de los recursos que se utilizan, se deben realizar los objetivos obtenidos. Para que se cumpla esto la organización debe estar dirigida. La dirección tiene que ir orientada a lograr que el recurso humano que conforma la institución cumpla con las ocupaciones establecidas.

**Control:** Se encarga de verificar que todo este como se había pronosticado al realizar la planificación. Dar seguimiento y determinar las labores para confirmar el éxito de una meta organizacional (Robles, 2017).

## **Planeación**

Proponer los proyectos y aspiraciones de una manera poco formal, se conversa con familiares y personas cercana y, luego de alguna circunstancia, se posterga. Pero si se propone realizar algunos de estos no se utilizara una forma de calcular lo que se quiere lograr ni con que asemejarlo.En los negocios no debe pasar de esa manera. Los proyectos y la misión de la institución tienen que estar patentados; el recurso humano debe tener las metas claras y estar con la metodología correspondiente para poder encaminarse a ellos, conocer cómo se va aproximando a las metas deseadas.

No teniendo presente las dimensiones de la organización se deben considerar todas las áreas relacionadas en su actividad: ventas, producción, servicio al cliente, operaria, talento humano, etcétera. Si la institución es bastante amplia, es recomendable que se

realicen proyectos determinados por área, los cuales deben ser coherentes en todos los aspectos con el proyecto general. Las investigaciones muestran que de cada diez nuevos negocios, ocho quiebran por no contar con una planeación apropiada, esto aplica a microempresarios o negocios familiares, debe ser indispensable determinar por escrito la visión y la misión de la institución teniendo siempre presente su dirección. El libre comercio se está localizando en todos los países lo que está ayudando a contar con nuevos negocios teniendo clara la visión y desarrollando estrategias que promuevan el comercio. (Informe Académico, 2000).

No importa si la institución es pequeña ya si sabe cómo promoverse podrá ser reconocida internacionalmente contando con consumidores en el extranjero, seleccionar su mercado objetivo, los medios correctos de venta y conservar sus procedimientos de fabricación con excelente calidad. El plan de negocios tiene que poseer compostura financiera, para analizar los márgenes brutos y netos de ganancia. Si la compañía presenta baja rentabilidad es posible que no sea recomendable el trabajo conservarlo desempeñando o solo que sea un entretenimiento.

Incorporar el sector financiero en el estudio de objetivos ayudará a conocer en qué artículos es necesario gastar realizando trabajos de promoción, los productos o servicios que se ofrecen por sí mismos, los que con una transformación o un pequeño gasto suministran enormes rentabilidades y rendimientos para la empresa. A continuación se muestran unas recomendaciones para desarrollar un plan de negocios: Disponer de una misión. No dedicarse solo a ganar dinero, ya que eso lo llevaría a desarrollar distintas funciones evitando centrarse en la empresa. Si se dedica solo a vender o hacer dinero, la institución estaría dando tumbos, vendiendo dulces y después tuercas de camiones.

Disponer que los objetivos concuerden con la misión: aumentar la cantidad de artículos, implementar nuevas utilidades del artículo que ya se encuentra en el mercado, acercarse a mercados que no han sido comercializados, etcétera. Precisar los métodos para hacer cumplir los objetivos: dársele capacitación al recurso humano, diseñar una línea de

producción industrializada, obtener controles de calidad, realizar visitas personales a instituciones, etcétera. Elaborar lineamientos para comprobar progresos: diseñe hoja de evaluación, formatos de avisos habituales y otros instrumentos de evaluación. Contar los pagos seguros que posee la institución: determinar un componente que emplee gran porcentaje de la financiación en cada producto y establecer las ganancias netas. Estos son muchos de los pasos con los que se debe dar inicio para tener una compañía, ya sea grande o pequeña. Para lograr esto el plan de negocios tiene que estar bien determinado para poder prevenir el mayor grado que se vea perjudicado por problemas imprevistos (Informe Academico, 2000).

### **¿Para qué planear?**

Primer grado administrativo que impone a los demás. Se encarga de elaborar un entorno satisfactorio. Teniendo un cumplimiento eficiente del talento humano. Para emplear una utilización más lógica de los recursos con los que se cuenta. Poder resolver conflictos. Poder alcanzar los objetivos y metas organizacionales. Poder enfrentar correctamente a las modificaciones (López & Marín, 2011).

### **Horizonte de planeación**

Horizonte de planeación también conocido como formas de planeación ya que menciona especialmente lo que ocurrirá en extensiones de tiempo, medios o pequeños y a los niveles de abastecimiento que consigue. La estrategia debe ser de menos de un año, la táctica de más de un años y lo operativo de un segundo.

Pasa igual con la espaciosidad o extensión, un proyecto debe ser fundamental para un departamento solo siendo un proyecto táctico desde el punto de vista de espaciosidad, ya que extenso y angosto son adjetivos referentes, por ejemplo, adquirir flamante artículo puede ayudar a progresar e incrementar, también puede ayudar a obtener mayores beneficios, lo que favorecerá a que los capitalistas contribuyan con más dinero, también puede ser un procedimiento para llenar las expectativas del mercado de valores. Los



vocablos son concernientes en su significado; es decir, tienen que ser agradables parámetros para concordar con el vocabulario que se utiliza, ya que la magnitud de la planeación es estratégico, táctico y operativo (Hernández, 2014, pág. 9).

### **Importancia de la planeación estratégica**

Es importante la planeación estratégica porque ayuda a las instituciones a juntar las fortalezas comerciales con las oportunidades del mercado ofreciendo una orientación para realizar los objetivos. Incorpora las metas y los objetivos en las zonas críticas de empresa, las áreas se asignan en métodos formados que aprueban a la institución a proyectar una salida que sea triunfante y dedicarse a realizar sus metas, esto es primordial para que los ejecutivos y personal de la empresa o institución analicen como llegar a los objetivos señalados (Christ, 2018).

### **Inicios de la planeación estratégica**

En la historia cuando Aníbal planeaba conquistar Roma se dio comienzo al concepto de misión de su reino, después desarrollo las estrategias, examinar los componentes entorno y los examinó y acopló utilizando procedimientos para decidir las estrategias, propósitos y pasos a seguir. Lo que permite interpretar el proceso de planificación estratégica que en la actualidad es muy utilizado en las instituciones. Amplia creencia de la estrategia, analiza la existencia de la planificación estratégica en la década de 1960 y la vincula a la transformación en los estímulos y talento estratégico.

Considera que el cargo principal del management demandaba la planificación de las labores que el recurso humano desarrollaría, el director dirá el que y cuando realizar las labores y el empleado tenía que hacerlas. La planificación estratégica, que establece un proceso gerencial que dirige la energía en él. Mediante la planificación estratégica se espera reflexionar en los objetivos posibles de realizar y como poder combatir en diferentes áreas o empresas, en equivalencia con las oportunidades y las amenazas que se encuentran en el entorno (Colón & Rodríguez, 2009).

### **Método general de planeación**

Para conocer la situación actual de la empresa se debe realizar un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), utilizando el siguiente esquema: Las oportunidades: son circunstancias o etapas socioeconómicas, políticas o culturales que no pertenecen a la empresa. Tiene como especialidad ser viable si se ejecutan requisitos en el entorno institucional.

Las amenazas: Son las que se encuentran externamente de nuestro dominio y que pueden desfavorecer o restringir la evolución de la institución. Estas son situaciones que pasan en el ámbito que protagonizan problemas para la institución. Las fortalezas: Tienen que ver con las destrezas humanas y materiales con las que presenta la institución para acondicionarse y utilizar enormemente las virtudes que brinda el medio social y las grandes pérdidas.

Las debilidades: Son las restricciones de las destrezas, los entendimientos, la averiguación, la tecnología y los recursos financieros que soportan en la institución, y que no permiten la utilización de las oportunidades que brinda el medio social y que impiden la protección de las amenazas (Copa, 2014).

### **Proceso de planificación estratégica**

Abarca el progreso continuo de las siguientes etapas: La preparación de la ideología de la organización manifestada en su información de visión y misión. El estudio del medio externo en el cual se maneja la organización, con el propósito de establecer las oportunidades y amenazas. El medio puede subdividirse en: general (tiene que ver con las preferencias universales de la población), y específico (tiene que ver a las condiciones propias de la zona, o entornos destacados para la empresa).

El estudio de la situación actual de la organización, que tiene como propósito especificar las fortalezas y debilidades. En conclusión, el estudio del medio operativo interno abarca la evaluación de los recursos, capacidades y aptitudes centrales de la

institución. La especificación de los objetivos estratégicos generales y específicos y la clasificación de estrategias enseñanzas de acción establecidos en las fortalezas de la institución y contrarresta sus debilidades, utilizando las oportunidades y neutralizando las amenazas.

La planificación para la elaboración del plan, generalmente en lo correspondiente al sistema de búsqueda y apreciación, lo que comprende la elección de indicadores de resultado e impacto para la evaluación del cumplimiento de la institución, la determinación de los valores para conseguir y la consideración de los recursos financieros imprescindibles.

Los cinco componentes van enlazados en el desarrollo de la representación y ejecución del proyecto. De esta manera el estudio de fortalezas y debilidades se ejecuta fundamentando las oportunidades y los resguardos, a su vez estos elementos de la evaluación consiguen solamente el conocimiento correspondiente con la misión y visión de la institución. Los objetivos adheridos a las estrategias, las políticas y estructuras institucionales indispensables para obtener sus resultados, y tienen que ser valorizados de manera constante para alargar o reducir su validez o sustituirlos por otros objetivos, que van dirigiendo una representación de la filosofía de la institución (Copa, 2014).

### **La planeación como función del proceso administrativo**

Cualquier función que se ejecute en una institución se considera un ordenamiento lógico, que se obtiene por medio de la acción, el proceso y la gestión administrativa. Las organizaciones se plantean misiones, propósitos y estrategias de gran magnitud, objetivos de medio periodo y metas de pequeña distancia, procurando alcanzar de forma convincente en la existencia de la masa humana que les comprenden.

De esto depende que la administración sea un procedimiento interior que establece hábitat apropiado que permita favorecer la realización de un designado propósito general.

Los que dirigen tienen bastantes obligaciones en la finalización de la administración organizacional: inicialmente tienen que programarla y también estructurar la manera como se van a elaborar operaciones, tiene como responsabilidad conducir y comprobar lo planeado y por último, determinar el rendimiento. Es una labor complicada que se confronta todo dirigente (Salazar, 2005, pág. 13).

Como consecuencia, administrar, es el procedimiento que permite desarrollar sistemáticamente el desempeño de planeación, organización, dirección, ejecución y control. Empezando por examinar esa concepción frecuente, la actual parte procura acercarse a la composición más frecuente de la teoría administrativa y especificar el sitio donde se localiza la función de la planeación.

### **Las motivaciones de la planeación**

Consiste en hacer planes. Constantemente describe como exigencia de tener bastante atención y estructura de lo que se quiere lograr posteriormente, sea a corto, mediano o largo plazo. Si se lo estima correctamente y se premedita convenientemente cada movimiento que se realice, se está proyectando y el recurso humano se ubica, en situaciones de poner en resultado lo planeado con mejores probabilidades de triunfar. La planeación no contempla la improvisación. Consiste en pronosticar. Planificar pensando hacia el mañana.

Planear tiene que ver progresar constantemente, de la espontaneidad a la planificación, empezando por poco hasta tener una gran cantidad de lo planeado. Las instituciones de cualquier modelo, ya sean públicas, privadas o asociaciones, su trabajo programador constantemente indispensable. Hay que adaptarse con gran exactitud la operación ordenada y cuidadosa investigación y resolución de conflictos que se pueden presentar posteriormente.

Para que la planeación se promueva es necesario que el individuo tenga presente la obligación constituir un decreto y preferencias, para que todo vaya encaminado de la manera correcta, sin tener inconvenientes para poder alcanzar los objetivos que se plantea, metas o resultados; y para reducir inquietudes. Aquellos individuos tienen un buen intelecto podrán comprometerse con muchas cosas más: rebajar peligros, conseguir oportunidades, emplear procedimientos que ayuden en el transcurso hacia la empresa (Salazar, 2005, pág. 23).

### **La necesidad de la planeación**

En la actualidad se han planteado muchos criterios referentes a las motivaciones. La angustia por lo que se va a conseguir, la disminución de bienes y la dificultad del trabajo son manifestaciones que empiezan y que proponen la obligación de planear. También hay que destacar otros puntos de mucha consideración. Como primer punto conseguir una legítima y correcta gestión cooperativa, asociativa o solidaria, comprende resolver la manera en cómo se ejecutan los procedimientos es indispensable garantizar de que la operación lograra obtener los resultados esperados. (Salazar, 2005).

Tiene que ser indispensable mencionar que el excelente administrador debe tener obligación ya que no solo es de manera económica, ya que también esencialmente de carácter social. También se ha propuesto que planear es un procesamiento para disponer del incremento y del progreso de la organización. Toda organización y con más razón si es del sector al que está representado este artículo tiene la obligación de conservar una responsabilidad constante por la conservación. Lo que sí es del todo seguro es que se subsiste pensando en que se entrena para el mañana. (Salazar, 2005, pág. 25).

Por último, de la manera en que el trabajo correcto de la planeación radica en disminuir la mayor cantidad de peligro y de la misma manera utilizar fortalezas y oportunidades, es indispensable que toda la organización promueva aquella

transformación. Debe ser imprescindible tener entendimiento de lo que se es y lo que perjudica el crecimiento y el desarrollo; teniendo aquel conocimiento, el mañana puede ser prometedor para evitar después dificultades o que se presente problemas para la organización.

### **Los atributos de la planeación**

Para analizar el proceso de planeación, constantemente se debe analizar los consecutivos pasos que se atribuyen, de manera principal: factibilidad, desarrollo, elasticidad, controlabilidad. El primer punto factibilidad consiste en que un proyecto no se lo puede considerar incansable. La planeación es de tipo teórico ya que se asemeja a lo que está pasando de manera objetiva lo que ayudara a dirigir correctamente y cumpliendo con gran exactitud, la realización de los objetivos planteados.

El segundo punto es el desarrollo donde la planeación incluye a la organización en una marcha de progreso, que no conlleva el desarrollo del sistema organizacional también esencialmente registra el resultado de superior grado de bienestar para sus integrantes sociales. El tercer punto la elasticidad consiste en que la planeación establece una dirección parecida a lo que se está viviendo no permite dar resultados a todas las situaciones problemáticas. Desde este punto se evita realizarlo con severidad matemática. Es probable de esta manera que se realicen modificaciones en esta etapa, en los procedimientos y en los factores, constantemente manteniendo las políticas y los objetivos. El cuarto punto que es la controlabilidad consiste en que todo plan debe considerar mecanismos para su correspondiente control periódico. Indispensable que su proceso que sea visible la periodicidad y la oportunidad para desempeñar el control la evaluación de lo ejecutado (Salazar, 2005, pág. 27).

### **Los propósitos de la planeación**

Ya reconocidos los fundamentos que permitirán promover operaciones planificadoras, la obligación de cumplirlo, considerando que esto se envuelve en la gestión de cualquier organización y las cualidades a tomar en cuenta para afrontar sin autenticidad esta función administrativa, especificando muchos de los objetivos específicos de la planeación en el entorno de las instituciones cooperativas, solidarias y similares. Mediante la planeación se proporciona constituir una organización original y apropiada a las obligaciones de estas instituciones.

Para esto se requiere conseguir adecuada cantidad de recursos humanos, físicos, económicos o de cualquier modo que colaboren a la realización del objetivo social, analizando los métodos de empleo equitativo de los mismos. Se manifiesta brindar y analizar justamente los servicios y programas de las instituciones, precisando con exactitud los objetivos, proyectos y programas para poder conseguir y efectuar por medio de la acción institucional (Salazar, 2005, pág. 28).

### **Los responsables de la planeación**

Se considera a la planeación como el proceso que necesita la ayuda de los que saben cómo llevarlo a cabo y cuentan con experiencia y con la ayuda de técnicos. Si todos se ayudan cooperando, reconociendo que los órganos sociales son los encargados de realizar la planeación con mucha responsabilidad. Los trabajos que están vinculados con los trabajos participativos y con los objetivos de mucha importancia para su crecimiento, se los debe tener como trabajos prioritarios y solamente del consejo de administración o del grupo encargado lo que permitirá que la institución no tenga problemas.

Se puede encargar a los técnicos administradores realización de proyectos específicos con fundamentos en los reglamentos y políticas realizadas por los organismos sociales, lo que permitirá confirmar el soporte administrativo de gestión su realización y valoración. Hay que tener presente que un punto de mucha consideración está relacionado con la colaboración de muchos individuos en el desarrollo de creación de algunos planes organizacionales. Con más razón en las instituciones de cooperación, que por su naturaleza se encargan de ser participativas.

Conforme a las distintas divisiones de la planeación, los compromisos fundamentales los tienen designados órganos o individuos. De esta manera se espera que por disposición y convenio, todos los directivos colaboran con sus decisiones en el logro de mejores resultados. Se debe tener claro que una de las principales funciones de todo administrador es reconocer y establecer conclusiones para el desarrollo de la institución, lo que lo hace uno de los principales pasos de la planeación.

Teniendo una finalidad importante en el desempeño del administrador, logrando rentabilidad de una manera activa y perdurable en las circunstancias administrativas. Las formas de planear que se utilizaban anteriormente se encargaban del sacrificio de unos escasos seleccionados. Ese método ha terminado, debido a que el pensamiento ha evolucionado y la realización de estrategias lo que brinda enormes posibilidades laborales para cada uno de los que integran la institución.

Todas las personas deben estar atentos a investigar oportunidades y fortalezas para beneficiarlas en la manera de disminuir costos, aumentar el producto, mejorar la calidad y los servicios, conocer nuevos mercados y fuentes de ingreso; esperando que los pensamientos se realicen y se pongan en marcha para lograr un plan de acción. (Salazar, 2005, pág. 29) Se debe tener claro que la realización de estrategias no debe quedar como un documento escrito, sino que es importante realizar un tratamiento de conversación, intercambiar pensamientos y propuestas de cada uno de los niveles de la institución. El administrador tiene el trabajo de guiar recordando las conversaciones sobre estrategia, logrando que todos la realicen.

### **Elementos de la planificación**

**Objetivos:** Son la base para enfocar nuestra planificación a unos requisitos del proyecto. Buscamos con ellos, lograr unos resultados específicos. Los principales objetivos se suelen definir en las primeras etapas de la planificación. **Alcance:** Todo aquello que necesitamos para dar por finalizado el proyecto. Todos los requisitos marcados para cerrar el proyecto. El alcance de un proyecto, se podría decir, que es el objetivo principal del mismo. Y se especifica de manera clara, medible, realista y bajo un tiempo estimado.



**Responsables:** Todas las personas que tienen un rol de responsable, ya sea de actividad, sub-tarea, proyecto, etc. Pueden ser personas externas, stakeholders que de alguna manera tienen una relación de responsabilidad con el proyecto, o personas internas al equipo de ejecución. Todos ellos, deberán estar reflejados en la planificación del proyecto. **Equipo:** El conjunto de personas interesada en el buen desarrollo del proyecto. Responsables de actividades o recursos, o no, constituyen una parte fundamental de los elementos de la planificación. La gestión del equipo de trabajo es, además, de las cosas más difíciles para cualquier director de proyecto.

**Actividades y sub-tareas:** Unidades de trabajo planificadas en el calendario, bajo una duración y fecha. Cada una de ellas, tienen unas características concretas como responsables, equipo de trabajo, recursos, relaciones entre otras actividades, sub-tareas, etc. Y cada una cuenta una historia, según lo que vaya ocurriendo en ella para su ejecución. **Prioridades:** Las actividades están planificadas siguiendo una priorización concreta, ya sea por el grado de importancia o de urgencia. Además, la relación entre los entregables de las actividades también determina el orden en la ruta de trabajo.

**Fechas:** Para la administración del tiempo, se pueden concretar unas fechas fijas, si estamos seguros de que una determinada actividad debe comenzar en un día concreto. Cuando planifiquemos sobre un diagrama de Gantt, podremos situar las actividades de manera muy sencilla en las fechas que seleccionemos. **Relaciones entre las actividades:** La priorización de las actividades, con la que finalmente obtendremos una ruta de trabajo del proyecto, también podemos establecerla a partir de las relaciones entre las tareas. Hasta que una de ellas no esté finalizada, no podremos comenzar otra. Esta dependencia entre actividades nos genera flujos optimizados de trabajo para que nuestra organización y planificación de tareas aproveche el tiempo y recursos. Muchas aplicaciones online, como Sinnaps, generan estas rutas de trabajo en nuestra planificación de manera automática.

**Recursos:** En toda planificación de una empresa es clave la gestión de recursos optimizada, aprovechando cada uno, para reducir nuestro coste a la mínima expresión.

Todo esto, es básico plasmarlo en la planificación y llevar un riguroso control. **Riesgos:** Lo mismo ocurre con los riesgos, que debemos tener ya en cuenta en las primeras etapas de la planificación. Un listado con posibles contratiempos, según nuestro tipo de proyecto. **Escenario o simulaciones de proyecto:** Después de elaborar un diagnóstico de riesgos, realizaremos simulaciones de planificación teniendo en cuentas los distintos escenarios identificados. Así, minimizaremos las sorpresas y con sólo implementar estas simulaciones en la planificación, habremos hecho los cambios necesarios sabiendo de antemano su impacto sobre, por ejemplo, presupuesto del proyecto.

**Metodologías.** Según los tipos de planificación que mejor se ajusten a nuestros proyectos, seleccionaremos la metodología adecuada. La tendencia es seguir métodos ágiles, capaces de adaptarse a los cambios, con revisiones y re-planificaciones periódicas. Y es que cada vez es todo más complejo y versátil. Por eso, nuestra planificación debe ser flexible, pero siempre siendo previsores del impacto de cada modificación. **Sistemas de evaluación y control:** Al planificar tenemos en cuenta un sistema que nos permita evaluar y controlar el proyecto a tiempo real. De esta manera, nuestras decisiones serán rápidas y efectivas (Sinnaps, 2017).

### **Etapas de la planificación**

La planificación tiene en sí misma unos pasos a seguir. Después de ver qué elementos debemos tener en cuenta para realizar una planificación organizacional flexible y adaptada al mundo actual que nos rodea, es importante saber cómo hacer una planificación eficiente. Te recomendamos seguir estas principales etapas: **Estudio del alcance:** Analiza todos los objetivos que quieres conseguir cuando termines el proyecto planificado.

**Análisis de recursos:** ¿Cuál es nuestro presupuesto de proyecto? ¿Contamos con un mínimo de personas en nuestro equipo? ¿Un plazo determinado? ¿Ingresos o subvenciones? ¿Qué necesitamos?. **Identificación de equipo e interesados:** Establece un

sistema concreto de comunicación con todos ellos, y realiza una primera reunión es esta primera etapa de la planificación.

**Definición de actividades:** ¿Qué actividades necesito para la realización del proyecto, según plazos y recursos? ¿Cuáles son las dependencias de cada actividad? Normalmente, solemos contar con el asesoramiento de una persona técnica que nos guíe para planear el proyecto. **Estimación de tiempos:** Duración de cada actividad, así como fechas clave o hitos del proyecto.

**Selección de sistemas de evaluación y control:** Cuando tenemos terminado el primer plan, es clave saber cómo controlar y evaluar que se van cumpliendo plazos, presupuestos, objetivos, etc. Para ello, hay aplicaciones online como Sinnaps que disponen de métricas las cuales nos dicen si lo estamos haciendo bien o si debemos atender más a ciertas actividades, según lo planificado. Así pues, esta fase de un proyecto es de las más importantes y presentes durante toda la ejecución del mismo. Un proyecto que esté vivo, siempre va a necesitar un plan constante, que atienda a los riesgos y los contratiempos, teniendo en cuenta el trabajo diario del equipo de trabajo, bajo unos plazos y recursos disponibles y necesarios(Sinnaps, 2017).

### **Tipos de planeación estratégica**

Teniendo relación con los objetivos conseguidos y la metodología utilizada, el desarrollo se lo puede llevar con distintos métodos. Pueda que no exista aprobación en los escritos del sector sobre los vocablos utilizados, se suelen diferenciar tres tipos de planificación estratégica:

**Plan estratégico:** Para desarrollar este plan intervienen los grupos internos de la institución o empresa que serían los trabajadores y también los grupos externos que son los

que están interesados en adquirir el producto, con esto se quiere obtener una verdadera tolerancia.(Ramió, 2016).

**Plan director:** No necesita cooperación ni legalidad. La manera en que se va a llevar este plan tiene que ver con analizar los pensamientos e ideas de muchos actores, pero no de manera política sino como cooperación y a los individuos que tienen pensamientos de ideales propios.

**Plan de actuaciones o de actividades:** En este punto se desarrolla la planeación de forma parcial el grupo de gobierno y sus coparticipes. Se lo puede crear en pocas semanas debido a que es muy rápido o hasta en pocos días. La unión de estos planes se encarga que la planeación estratégica tenga beneficios para la institución y un excelente cumplimiento de los trabajadores logrando un ambiente de armonía y tranquilidad en las instituciones (Ramió, 2016).

## **Ventajas y desventajas de la planificación estratégica**

### **Ventajas**

Facilita la comunicación entre los gerentes y dueños. Uno de los objetivos de los administradores estratégicos, es facilitar la colaboración de los gerentes funcionales para lograr una sinergia entre las diferentes partes de la organización. Los gerentes de finanzas, marketing, operaciones y recursos humanos son esenciales para una organización, sino que a veces se ponen a competir en lugar de colaborar. La planificación estratégica, está para facilitar la colaboración entre estos gerentes.(Gonzalez, 2017).

Identifica los objetivos estratégicos y la intención estratégica. CEO's son, por lo general las personas que crean objetivos y prevén el futuro de la empresa. No obstante, a menudo se involucra en muchas actividades lo alejan de su rol estratégico. Reduce la resistencia al cambio. Es el trabajo del planificador estratégico, de informar a toda la

organización de los cambios estratégicos, planes de empresa, implicaciones situación actual y lo que se espera que hagan a raíz de los cambios.

Explicación detallada de esta información a los administradores en todos los niveles, reduce la resistencia a cambiar a medida que los gerentes son menos incierto sobre el futuro. Mejora la asignación de recursos. Nuevos productos, servicios, estrategias, metas u objetivos requieren la asignación de recursos (el traslado de personas de un equipo a otro, o moviendo las instalaciones en otro país), que se realiza de manera más eficiente cuando se alinean con los objetivos estratégicos.

Conduce a la ventaja competitiva sostenible. La ventaja competitiva, se logra a menudo sin una planificación estratégica, pero si la empresa quiere lograr una ventaja competitiva sostenible tiene que planificar estratégicamente para el cumplimiento de sus objetivos.

### **Desventajas**

Costoso de realizar para pequeñas y medianas empresas. La planificación estratégica, el marketing o la gestión adecuada de los recursos humanos, añade un montón de gastos para una empresa. Los planificadores estratégicos tienen que ser contratados, se requieren esfuerzos adicionales hacia el análisis de los entornos externos e internos y algunas herramientas tienen que ser diseñados, para aplicar correctamente el proceso de planificación estratégica.

Sobre todo, las grandes empresas, son los únicos capaces de contratar personal competente para ejecutar los planes estratégicos. El proceso es muy complejo. El proceso de planificación estratégica, consta de muchos pasos que están conectados entre sí y se deben ajustar constantemente. Algunos factores inesperados, aparecen lo que hace que toda la estrategia cambie y, como resultado, el proceso de planificación estratégica también. Baja tasa de implementación con éxito. Debido a su complejidad y gran

compromiso con los objetivos estratégicos, la planificación estratégica rara vez se aplica con éxito(Gonzalez, 2017).

### **Principios de la planeación**

Los principios de la planeación son la base de la cual se origina todo el proceso de la planeación. Todas las actividades administrativas se rigen por unos principios, los cuales le sirven de ayuda para cumplir sus cometidos y la planeación no es la excepción, sus principios son: Factibilidad, Objetividad y cuantificación, Flexibilidad, Unidad, y del cambio de estrategias.(Wordpress, 2016).

**Factibilidad:** Lo que se planee debe ser realizable; es inoperante elaborar planes demasiado ambiciosos u optimistas que sean imposibles de lograrse. La planeación debe adaptarse a la realidad y a las condiciones objetivas que actúan en el medio ambiente.

**Objetividad y cuantificación:** Cuando se planea es necesario basarse en datos reales, razonamientos precisos y exactos, y nunca en opiniones subjetivas, especulaciones o cálculos arbitrarios. Este principio establece la necesidad de utilizar datos objetivos como estadísticas, estudios de mercado, estudios de factibilidad, cálculos probabilísticos, etc. La planeación será más confiable en tanto pueda ser cuantificada, expresada en tiempo, dinero, cantidades y especificaciones (porcentajes, unidades, volumen, etc.).

**Flexibilidad:** Al elaborar un plan, es conveniente establecer márgenes de espacios que permitan afrontar situaciones imprevistas y que proporcionen nuevos cursos de acción que se ajusten fácilmente a las condiciones.(Wordpress, 2016).

**Unidad:** Todos los planes específicos de la empresa deben integrarse a un plan general y dirigirse al logro de los propósitos y objetivos generales, de tal manera que sean consistentes en cuanto a su enfoque, y armónico en cuanto al equilibrio e interrelación que debe existir entre éstos.

**Del cambio de estrategias:** Cuando un plan se extiende con relación al tiempo, será necesario rehacerlo completamente. Esto no quiere decir que se abandonen los propósitos, sino que la empresa tendrá que modificar los cursos de acción (estrategias) y consecuentemente las políticas, programas, procedimientos y presupuestos (Wordpress, 2016).

### **Niveles de la planeación estratégica**

Existen 3 niveles de planificación bien diferenciados uno del otro y que a vez se complementan:

**Planeación estratégica:** Consiste en la planeación general proyectada al cumplimiento de metas y objetivos institucionales y su finalidad es el establecimiento de parámetros generales de acción. Se concibe como el proceso de decisión y establecimiento de los objetivos de la organización, de los recursos que se utilizarán y de las políticas y normas que alinearán el funcionamiento de la organización.

Apoyándose en estándares y metodologías para el correcto funcionamiento de las actividades planificadas. Está estrechamente vinculada con el diseño de la Estructura organizacional y se aplica en áreas específicas, que normalmente son las que vigilan y definen aspectos que no son posibles delimitar en otros niveles. Algunas características de esta planeación son:

Constituye la fuente de origen para los planes concretos subsecuentes, es ejecutada por los niveles de dirección jerárquica más altos. Se plantea para todas las áreas de la organización. Maneja información primordialmente externa. Su principal medida es la efectividad. Proyectado a largo plazo, sus efectos y consecuencias son previstos a varios años. Cubre la empresa como una totalidad, abarca todas las áreas de actividad y los

recursos usados. Traza objetivos a nivel organizacional, atañe el plan mayor, al cual están subordinados todos los otros planes.(Riquelme M. , 2017).

**Planeación Táctica:** Se desprende de los lineamientos establecidos en la planeación estratégica y describe las tareas concernientes a cada una de las áreas de actividad de la empresa haciendo énfasis en el empleo efectivo de los recursos implicados en el logro de los objetivos específicos. Es la planificación que tiende a olvidarse en las organizaciones, ataca las fases intermedias que deben llevarse a cabo para la consecución de los objetivos establecidos en la planificación estratégica. Admite subniveles, se puede hacer una planificación trimestral y dentro de esta otra mensual, teniendo cuidado de no invadir el siguiente nivel de planificación.(Gonzalez, 2017).

Algunas características de esta planeación táctica son: Este entrelazado a las orientaciones de la planeación estratégica. Es ejecutada por los ejecutivos del nivel intermedio. Planteada para un área específica de la empresa. Maneja información interna y externa. Está encauzada a la coordinación de recursos. Sus medidas principales son efectividad y eficiencia. Está proyectada a mediano plazo. Cubre cada departamento, abarcando sus recursos específicos. Traza objetivos por departamentos.

**Planeación Operativa:** Esta planificación se efectúa para llevar a cabo las diferentes tareas que forman parte de la rutina de trabajo. Es aquella asignación previa de las tareas específicas a realizar en cada una de las unidades de operación.Incluye un esquema de las tareas y operaciones sometidas a un proceso de control, su alcance es inmediato. Es la planificación que se lleva a cabo en el día a día, la agenda de labores diarias, listas de tareas pendientes, resultados programados. (Riquelme M. , 2017).

Es un nivel de planificación relativamente fácil de aplicar y efectivo en el avance y ejecución de tareas diarias. Sin embargo, no es suficiente para el correcto funcionamiento



de la organización. Tiene dos subniveles de planificación: uno diario y otro semanal que permite ajustar las tareas diarias a un contexto más amplio.

Algunas características de la planeación operacional son: Se realiza dentro de los lineamientos establecidos por la planeación estratégica y táctica. Es ejecutada por el personal de menor rango jerárquico. Sigue con precisión los procedimientos definidos. Proyectada a corto plazo, en períodos reducidos. Su medida es la eficiencia. Cubre las tareas o actividades aisladamente. Traza objetivos y metas específicas.(Riquelme M. , 2017)

Es importante tener claro que estos tres niveles de planificación son necesarios para alcanzar los objetivos de la organización y además generan bienestar en los trabajadores y equipos de trabajo que la componen. Una de estas desarrolladas aisladamente de las otras dos generara a los trabajadores la sensación de que su esfuerzo no tiene sentido o vislumbrará el objetivo de la organización como una lejana ilusión. Son necesarios unas bases sentadas y el esfuerzo diario para alcanzar la meta.

### **Fallas en la planeación estratégica**

Hay varias razones por las que una planeación estratégica falla, entre ellas se encuentran: Incapacidad de los que realizan la planeación estratégica para leer los cambios del entorno: oportunidades y amenazas, así como en la falta de reflexión sobre el producto, su ciclo de vida o sustitutos. Establecer misiones y visiones desconectadas de la realidad competitiva de la empresa. El proceso no ha sido bien comunicado, el personal no entiende cómo comienza, cuándo termina, cuáles son sus faces o cómo se relaciona con cada uno individualmente. Falta de apoyo de la alta dirección. La planificación no es efectiva si los altos niveles de la organización no creen en ella y la apoyan.

Resistencia al cambio. La planificación implica algo nuevo y existen personas que suelen resistirse al cambio. Creer que tiene que salir perfecto desde la primera vez. Se debe de pensar en este proceso como algo que tiene que mejorar continuamente. El hecho de

que las empresas no hayan tenido buenas experiencias con la planeación estratégica no quiere decir que no sea un proceso conveniente y necesario para darle orden a la organización, gestionar la incertidumbre y tomar las decisiones correctas. Que el método no termine opacando el verdadero propósito: hacer lo correcto, correctamente (Finanzas II, 2015).

### **Beneficios principales de la planeación estratégica**

**Adaptación proactiva al cambio:** En la actualidad, el cambio se produce de manera más rápida y es mucho más extensivo que nunca. Esto puede afectar a muchas organizaciones y poner en riesgo su supervivencia a mediano y largo plazo. Uno de los beneficios de la planeación estratégica es que ayuda a los líderes a enfrentar de manera creativa e inteligente los retos que representa la incertidumbre del cambio. De esta manera, las actividades de gestión estratégica están concebidas para transformar un plan estático en un sistema que proporcione información de rendimiento estratégico a la toma de decisiones. Esta flexibilización permite que el plan evolucione y crezca a medida que cambian las circunstancias. (Castillo, 2017).

**Creación de equipos de trabajo altamente eficientes:** Otro de los beneficios de la planificación estratégica, apoyado por la gestión estratégica, es que enseña a los equipos ejecutivos a funcionar como un equipo altamente eficaz al participar en la construcción y el apoyo del plan estratégico. Así, el hecho de involucrar a cada miembro del equipo en la planeación refuerza su compromiso con el cumplimiento de las metas y objetivos de la organización. Esto permite que se maximice la actuación individual y la grupal, lo que potencia, a su vez, su efectividad y su responsabilidad. (Castillo, 2017).

**Perfeccionamiento del proceso de toma de decisiones:** El proceso de planificación estratégica implica la toma de decisiones difíciles. Esto representa una oportunidad para que las organizaciones perfeccionen sus procesos de toma de decisiones. La planeación

involucra al equipo directivo superior, la administración y, en general, todas las personas con responsabilidades gerenciales.(Castillo, 2017).

Por tanto, uno de los beneficios de la planeación estratégica es que se convierte en una ocasión propicia para reunir a la organización en torno a los objetivos empresariales y refinar la forma en que se toman las decisiones.

**Mejor uso del tiempo y los recursos:** Todas las organizaciones tienen límites en cuanto a tiempo, recursos financieros y recursos humanos. La planeación estratégica puede determinar cuál es la mejor manera de disponer de esos recursos y de sacarles el mejor provecho. Desde esta perspectiva, es necesario que todos los gastos de la organización sean evaluados para determinar de qué manera estos contribuirán a alcanzar los resultados clave.(Castillo, 2017).

**Creación de un marco para la comunicación interna:** Uno de los grandes beneficios de la planeación estratégica es que promueve la creación de un marco para la comunicación interna. A través de la comunicación efectiva se negocian las diferencias y se alinean los intereses para lograr el consenso.

La comunicación interna eficaz garantiza que los miembros de la organización están trabajando en colaboración para lograr los objetivos estratégicos trazados. Además, esta ayuda a desarrollar una cultura cohesiva y ofrece las herramientas requeridas para tomar las decisiones correctas en línea con los objetivos de la organización. Todo lo anterior incrementa la eficiencia y productividad(Castillo, 2017).

### **Consejos para la planeación estratégica de tu empresa**

Las bases de una empresa exitosa son la planeación y la ejecución de la estrategia, es por esto que hoy te compartimos 6 consejos para la realización de los planes estratégicos

de tu negocio. De esta forma, con una base sólida y un seguimiento adecuado para la ejecución podrás llevar a tu negocio a un nivel más alto de productividad, acelerarás los resultados y por ende, tendrás una empresa competitiva. **Involucra a tu equipo de trabajo por medio de sesiones de lluvia de ideas:** Las empresas se conforman por las personas que llevan a cabo las tareas y desempeñan los puestos de trabajo, por esto es esencial que en el proceso de planificación tomes en cuenta si no es posible a todos tus colaboradores, al menos a los que consideres clave o líderes de cada área.

Como cada uno tiene una aportación distinta es importante que todos colaboren y opinen de manera que desde su perspectiva puedan ayudar a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que pueden presentarse en la empresa para así poder llevar a cabo una planeación más realista y objetiva. Al mismo tiempo este proceso puede ser de gran motivación para tus empleados ya que percibirán que su experiencia y conocimiento son tomados en cuenta para las decisiones de la organización.

**Procura no limitarte a modelos establecidos o plantillas:** En algunas ocasiones los líderes de empresas que comienzan con la práctica de planeación estratégica o que no están familiarizados buscan apoyo en formatos pre-establecidos o plantillas. A pesar de que esto puede ser de gran ayuda cuando son los primeros pasos, es muy importante que busques que el plan sea lo más apegado posible a las necesidades y características de tu empresa. Es fundamental que cada vez que se realice la planeación sea una nueva oportunidad de buscar ideas frescas, innovar y ver distintos puntos de vista y no limitarte a simplemente llenar una plantilla año tras año. Busca propuestas dentro de tu capital humano, de cómo quieren presentar la información, qué datos requieren y de esta forma será más flexible la manera de generar ideas para la planeación.

**Utiliza un lenguaje sencillo y claro en el establecimiento de tus objetivos:** Parte medular de tu planeación es la definición de objetivos estratégicos, es decir, qué es lo que quieres lograr. Hoy te recomendamos que al momento de hacerlo utilices un lenguaje muy sencillo para el enunciado de tal forma que cualquier persona pueda entender claramente lo

que significa y qué se espera obtener con este objetivo. Un lenguaje muy complicado puede reflejar que el equipo no tiene muy en claro las metas o el rumbo que quiere seguir, así como lo que necesitan para conseguirlo. Por lo tanto, procura que las palabras utilizadas sean comunes, cotidianas y que expresen en enunciados cortos el objetivo.

**Piensa “fuera de la caja” y atrévete a innovar:** Podría parecer que una planeación debe ser estructurada y formal, y si bien, de alguna manera esta idea es correcta, es recomendable que transmitas a tu equipo de trabajo que no necesariamente significa que no es posible proponer cosas que nunca se han hecho o buscar pensar de manera innovadora. Una opción es que tú como moderador de la sesión de planeación estratégica hagas preguntas que puedan parecer fuera de lo común, que los rete a pensar en nuevas maneras de pensar respecto a la empresa o de hacer las cosas.

Por ejemplo, podrías preguntar a tus colaboradores acerca de alguna idea que hayan tenido pero que nunca se hayan atrevido a proponer porque les parece que es muy disruptiva o que no va de acuerdo a lo que normalmente se lleva a cabo. Como líder puedes ser el ejemplo y proponer algunas ideas que estén fuera de la zona de confort, que vayan más allá de lo habitual. Recuerda que en la planeación es importante contar con la mayor cantidad de ideas y ya después podrás ir filtrando cuáles se pueden implementar y son realistas de acuerdo a la capacidad de la empresa.

**Alinea a tu capital humano con la estrategia:** Una práctica fundamental para el éxito no solo de la planeación sino de la ejecución de la estrategia de tu empresa es precisamente la alineación de la misma con los esfuerzos de tu talento humano. Para lograr esta sincronía en la participación desde cada uno de los puestos de trabajo a todos los niveles es esencial que busques realizar las mejores prácticas en gestión de capital humano y mediante las mismas ayudes a tus colaboradores a desarrollarse y conocer de manera efectiva sus responsabilidades, objetivos individuales, las metas de la organización y el potencial que tienen dentro de la empresa para poder avanzar en su plan de carrera y aportar más valor a la misma.

En este punto se puede apoyar en la tecnología para lograrlo de manera más eficiente y ágil, una herramienta muy útil para esto es el software de capital humano o HCM por sus siglas en inglés. Por medio de cual podrás automatizar procesos de recursos humanos más operativos y enfocarte en lo estratégico de la mano de tu personal.

**Asegúrate de que tu personal tenga claras la misión y visión de la compañía:**

Como parte importante del éxito de la estrategia en tu empresa es importante que no pierdas de vista que tus colaboradores deben conocer y sobre todo, entender, cuál es la razón de ser de la compañía y se logren identificar con su visión y valores. De esta forma podrán conocer mejor cómo su aportación contribuye al logro de metas y al éxito del negocio. Así mismo podrás contar con un equipo de trabajo comprometido, motivado y enfocado en alcanzar todos los retos propuestos y crecer como personas y profesionistas.

La planificación en las organizaciones es un proceso que involucra delegar tareas confiando en que las personas asignadas estarán realizando un esfuerzo para llevarlo a cabo de manera exitosa para contribuir a las metas grupales y empresariales. Por lo tanto es de gran importancia que exista una correcta alineación entre las actividades, la definición de tareas y puestos, el equipo de trabajo y la estrategia de la empresa para que todos estén caminando hacia los mismos objetivos(Perez, 2016).

**Los 7 errores más comunes al realizar una planeación estratégica**

Para que una estrategia tenga éxito, es necesario un trabajo diario por parte de los trabajadores y que tenga en cuenta las operaciones, el presupuesto, las políticas de desarrollo humano, etc.

**Confundir la estrategia con la planeación:** Hay que saber distinguir entre la estrategia y la planeación. Es necesario saber que formular y efectuar un plan de acción es una cosa, y establecer la estrategia de la organización es otra muy diferente. En este mismo sentido, comenten errores los primeros responsables de definir la estrategia, es decir la alta dirección de la entidad.

Como consecuencia de este error, la alta dirección es incapaz de considerar los cambios del entorno y no tiene en cuenta las posibles oportunidades y amenazas que se pueden producir. Ocurre lo mismo cuando no se recapacita sobre el producto y/o servicio prestado, sin pensar en cómo es su ciclo de vida o cómo se puede mejorar. Debido a esto, la organización se repliega y su competitividad en el mercado pierde puestos y en definitiva, dinero.

**Realizar agotadoras actuaciones de planeación estrategia sin disciplina:** Si nos centramos más en la presentación de los resultados que en el análisis de estos, estamos cometiendo un importante error. No podemos olvidar la necesidad de realizar una valoración formal y detallada de la organización, del sector en el que opera y del resto de entidades catalogadas como competencia. Si esto no se lleva a cabo, la misión y visión de la empresa se encontrarían totalmente desligadas y por tanto, ineficaz si se desea hacer frente a los retos propuestos.

**Desplegar un proceso de formulación de la estrategia desvinculado de la revisión estratégica:** Esto es sinónimo de contar con un alto grado de participación de la alta dirección en el levantamiento del plan, pero escaso liderazgo para realizar un seguimiento, monitoreo y ajuste de los resultados de la implementación de la estrategia. Para lograr el éxito, hace falta mostrar periódicamente los resultados del plan estratégico, ya que se convierten en el único método para garantizar que lo establecido se está cumpliendo.

**Incomunicación de la estrategia:** Esto se produce cuando la estrategia queda plasmada en una serie de documentos que al final no llegan a manos de los involucrados. En la mayoría de las ocasiones, el fruto de la planeación estrategia son comunicados a través de diversos medios poco útiles, como carteles en salas de juntas o en la recepción de la organización. Los responsables de la comunicación de la estrategia es la alta dirección y además debe preocuparse de que esta se ejecute.

**No realizar una medición de la estrategia:** Es más habitual de lo que podemos pensar, son muchas las organizaciones que no analizan la estrategia, lo que puede convertirse en una pérdida de tiempo. Es esencial llevar a cabo un seguimiento permanente de la estrategia para comprobar si se está siguiendo el camino correcto para alcanzar los objetivos y metas propuestas.**No tener en cuenta la estrategia a diario:** No considerar día a día la estrategia supone resultados nefastos. Es importantísimo trabajar de forma constante y siempre, teniendo en cuenta todo lo que contempla dicha estrategia, como el presupuesto o los recursos humanos.

**Falta de consenso:** Llegar un acuerdo sobre la misión y visión y lograr que toda la organización ponga su esfuerzo en la misma dirección es fundamental. En este momento, la alta dirección adoptará el papel de líder y tendrá que orientar sus acciones en lograr la unidad y consenso en la adopción de cualquier decisión que suponga una mejora de la organización. Estas decisiones no son ni más ni menos que determinaciones que establecen la estrategia. Lo más normal es que las organizaciones que hayan iniciado un proceso de planeación estratégica hayan cometido alguno de estos errores o fallos. Tener una mala experiencia en este sentido, no debería transformarse en considerar la planeación de la estrategia como algo negativo. Es probable que el método adoptado para planear la estrategia no haya sido el adecuado, por lo que la opción no es abandonar, todo lo contrario, es reformular y hacer lo correcto (Plataforma Tecnológica para la gestión de la excelencia, 2015).

**Cómo diseñar y perfeccionar una planificación estratégica**



Ante todo es necesario comprender que no existe un modelo de planificación estratégica: todo depende de los objetivos y de la situación actual de tu empresa. Básicamente, la tarea consiste en responder a tres cuestiones principales: ¿En qué lugar estás? ¿Hacia dónde quieres ir? ¿Cómo llegarás hasta allí? Cuando analizamos estas preguntas, es más fácil entender por qué definir la dirección es tan importante en cuanto al plan en sí. Esta discusión requiere involucrar a los principales líderes de tu empresa, como socios, directores e inversores, para encontrar una solución conjunta que apunte al crecimiento. Si no sabes cómo diseñar la planificación estratégica, vale la pena seguir algunos pasos principales:

**Define el objetivo:** Como ya explicamos, el primer paso es definir las metas, el objetivo y el propósito de tu empresa en el momento actual. **Analiza el mercado:** Luego, es necesario identificar las amenazas y oportunidades del ambiente externo, en el corto, mediano y largo plazo. En este momento, contratar asesoría especializada puede ser una buena idea.

**Identifica puntos fuertes y débiles:** Descubre cuáles son los factores críticos para el éxito de tus competidores –precio, ubicación, calidad del producto, etc.- para trazar un análisis comparativo de tus puntos fuertes y débiles en relación con ellos. **Construye un plan de acción:** Un plan de acción puede construirse después de identificar las oportunidades y amenazas del mercado en el cual tu empresa está inserta. Implica la definición de qué es necesario hacer para superar a la competencia, conquistar a los clientes y alcanzar el objetivo de acuerdo con la realidad del mercado. **Monitorea el desempeño:** Para terminar con éxito esta etapa de creación y actualización de la planificación estratégica, es necesario acompañar la implementación de los procesos, para saber cuándo rever la estrategia. Las escalas e indicadores definidos previamente pueden ayudar en el proceso (Destino negocios, 2015).

## **Desafíos y retos de la Planificación Estratégica**

El avance de las tecnologías digitales, comunicacionales y las redes sociales ha revolucionado y continúa revolucionando los mercados, y las formas de relacionarse de los seres humanos. Un alto porcentaje de las comunicaciones humanas se realizan hoy en día a través de herramientas que usan la Internet.

El uso de la internet como medio para la realización de todo tipo de transacciones comerciales, deportivas, sociales, laborales y educativas se ha popularizado al punto que no se concibe y es imposible convivir sin la internet. El mundo se encuentra interconectado y el movimiento comercial en el mundo depende de este gran invento. Hoy, quien no se anuncia a través de la internet, medios y redes sociales simplemente no existe.

Esta revolución de los mercados debido a la tecnología demanda cada vez tiempos de respuestas más rápidos, oportunos, mejor calidad de los productos y servicios, innovación y creatividad para satisfacer de manera sostenida las necesidades de los clientes actuales y nuevos.

Ante estos retos, los negocios deben continuamente adecuar su estructura, procesos y tecnologías para ajustarse y hacer frente a estos desafíos, aprovechar las oportunidades que el entorno en un momento determinado ofrece, y para mitigar o eliminar las amenazas que sobre vengan. Una decisión equivocada o inoportuna puede significar la pérdida de credibilidad afectando la imagen corporativa, pérdida de clientes, baja en las ventas y baja rentabilidad.

¿Pero cómo se pueden tomar mejores decisiones en estos mercados tan volátiles? La información es poder, las empresas deben continuamente hacer inteligencia de mercados y para ello requiere que su personal esté debidamente entrenado, capacitado y motivado, su estructura, cultura organizacional, estrategia, procesos y tecnologías estén integrados y alineados para acceder a información de calidad, oportuna y precisa que permita tomar las decisiones con el menor grado de incertidumbre.

¿Pero cuáles oportunidades aprovechar y cuáles amenazas mitigar con los escasos recursos financieros que se dispone? ¿Cuál de las oportunidades provee el mayor impacto positivo sobre el negocio? Sin lugar a dudas que estas interrogantes representan un dolor de cabeza para muchos gerentes y directores de empresas. Los recursos son escasos, deben optimizarse y disponerse de la manera más eficiente y efectiva.

La Planificación Estratégica es una herramienta poderosa que ayuda significativamente en la planificación sistemática de todas las estrategias, iniciativas, proyectos y acciones que se deben ejecutar para lograr los objetivos del negocio, aprovechar las oportunidades, mitigar las amenazas, mejorar las competencias, el posicionamiento en los mercados y la calidad de los productos y servicios.

Pero la Planificación Estratégica para que sea efectiva y de gran ayuda requiere de buenos diagnósticos de la situación actual, de buena calidad de información sobre el comportamiento de los mercados, las necesidades y preferencias de los compradores y clientes, información sobre la competencia, sus productos y servicios, estrategias y sus posibles movimientos. En la práctica, la Planificación Estratégica enfrenta desafíos internos que conforma la base para una buena planificación estratégica. Estos son como ya hemos mencionado:

Buena calidad de la información. En este sentido la información debe planificarse, debe identificarse para cada proceso de la cadena de valor las necesidades de información, quien la genera, quien es su dueño encargado de mantenerla, quien la usa y para que la usa. Esto permite a su vez, a través de un gap análisis determinar las brechas y planificar las tecnologías de información requeridas para cerrar las brechas y soportar apropiadamente las necesidades de información de los procesos. Cultura organizacional orientada al Cliente. El personal debe estar entrenado y motivado para proveer un servicio de calidad, “momentos de verdad”, experiencias positivas inolvidables en los clientes. Esta cultura organizacional debe dinamizar la visión de la empresa.

Alineación de la Estructura, Estrategia, Procesos, Tecnología, y Cultura organizacional. Si todos estos elementos se encuentran alineados la información fluirá de manera natural en fuente y en cascada, en ambos sentidos, y a su vez el Plan se retroalimenta, los objetivos y las iniciativas estratégicas fortalecerán los distintos niveles organizativos y procesos de la cadena de valor para que cada nivel formule, mida y controle sus propios indicadores alineados con los corporativos, y defina los proyectos y acciones que contribuirán con el logro de las iniciativas y objetivos del negocio.

Participación de todos los niveles de la empresa en el proceso de la Planificación Estratégica En la medida que todos los niveles y organizaciones de la empresa participen en la elaboración del plan, en esa misma medida habrá mayor compromiso por lograr los objetivos del mismo. Integrar los intereses individuales con los intereses colectivos y organizacionales para romper las barreras y resistencia que impiden la generación de compromiso por parte del personal. También la Planificación Estratégica enfrenta desafíos externos como consecuencia de la dinámica de los mercados globales, su volatilidad, su constante cambio como consecuencia de la incorporación de nuevas tecnologías que afectan su comportamiento. Entre estos desafíos se mencionan: Las dinámicas de los mercados obligan que la Planificación se realice para un período corto mediano plazo, se efectúen varios ciclos de planificación y requiere que el plan se revise frecuentemente en períodos más cortos.

Como consecuencia de lo anterior, las empresas deben disponer y almacenar grandes volúmenes de información, y deben invertir en sofisticadas tecnologías de información y automatización para procesar y generar la información precisa requerida. En la Planificación Estratégica de una ciudad, municipio, estado o país los desafíos son aún más complicados, entre ellos se pueden mencionar: Los actores políticos cambian en cada periodo y muchas veces los actores políticos sucesores no le dan continuidad al plan. Incorporar la participación de todos los sectores de la sociedad en la elaboración del ejercicio del plan.

El peso específico de las propuestas por sectores no es el mismo. Los intereses de los sectores de la sociedad muchas veces son contrapuestos. Los ingresos para financiar los proyectos en ocasiones provienen del gobierno central, o de endeudamiento. La Planificación Estratégica sigue teniendo vigencia a pesar de los desafíos a los que debe enfrentar, sigue siendo una herramienta poderosa para organizar y planificar de manera sistemática el futuro de las organizaciones, proporciona sentido de dirección y objetivo a cada movimiento, acción y proyecto, y contribuye al óptimo uso de los recursos (Chirinos, 2016).

### **Planeación estratégica direccionada al servicio al cliente**

El concepto servicio al cliente se está reevaluando y considerando por compromiso con el cliente, centrado en las emociones, el reto como empresa es ofrecer experiencias excepcionales que hagan que los clientes se enamoren de la marca. Actualmente existe un gran desafío competitivo en el sector del servicio al cliente, las empresas no pueden creer que los niveles de servicio se mantengan viables para su negocio, la demanda de su producto o servicio puede disminuir fácilmente. Los consumidores se cansan de lo que encuentran en el mercado sino tienen un factor diferenciador que sobresalga, por lo tanto, se deben planear oportunidades estratégicas para retener los clientes actuales y captar nuevos, a través de los valores agregados y beneficios que se entreguen en cada experiencia de compra.

El foco del negocio es el aspecto esencial del éxito, por esta razón la planeación estratégica debe estar comprometida con el usuario, para que la experiencia de compra supere las expectativas del cliente durante su atención. Se debe planear siempre basado en los siguientes elementos: ¿Quiénes son los clientes de la empresa?, ¿Qué producto o servicio compran?, ¿Cuál es la ventaja competitiva de mi producto o servicio? Teniendo las respuestas a esas preguntas, se direcciona la planeación estratégica a un servicio inteligente, que sea ejecutado por personas idóneas que fortalezcan el compromiso con el cliente, obteniendo como resultado, la lealtad del consumidor con la empresa.

Un plan debe ser elaborado desde la óptica del cliente, ver la empresa desde su perspectiva, de esta manera se puede diseñar lo que los clientes quieren y así, encontrar las mejores oportunidades para satisfacer sus expectativas. Elementos claves de un plan estratégico. Formato claro y entendible, por cada uno de los integrantes de la compañía. Enfoque láser, obtener la información de la fuente. Seguimiento constante y con retroalimentación por parte de los implicados en el servicio. Teniendo en cuenta lo anterior, los esfuerzos humanos coordinados conducen a tener un sistema u organización, que estando bien implementados garantizan altos niveles de desempeño, y efectivamente motivados, trabajan a favor del beneficio de las personas y las organizaciones.

Los sistemas de desempeño están diseñados para guiar la conducta humana y mantenerla siempre activa, reflexiva y con deseos de aportar a la consecución de objetivos, lo que nos lleva a la implementación de estrategias direccionadas al cliente, enfocados en la satisfacción de sus expectativas. La única manera de combinar el interés de las personas en la consecución de un objetivo común, consiste en que todos en la organización tengan una misma visión y al mismo tiempo satisfagan los intereses comunes y ambiciones individuales en un amplio grado(Granda, 2017).

### **Implantación de la estrategia**

La implementación de las estrategias involucra a todas las funciones y personas de la empresa, pero al líder estratégico le corresponde evaluar y liderar tres elementos esenciales: la formulación, la implantación y el control y lograr el cambio estratégico, es decir, la estructura formal e informal y que la cultura se alinee en función de la efectividad de la ejecución.

Por esto se considera que el liderazgo es decisivo en esta etapa de la planeación estratégica, debido a que en ésta se resumirá todo el trabajo realizado en las etapas

anteriores y de ello dependerá el éxito de las estrategias formuladas. Por lo cual se deberá: Ajustar la cultura a la estrategia formulada, la cultura puede definirse como el conjunto de valores y creencias compartidas que se van desarrollando en una empresa a lo largo del tiempo.

La cultura de la organización puede afectar o favorecer la implementación de la estrategia, al influir en la conducta de sus trabajadores y/o al motivarlos o no a lograr objetivos organizativos o a sobrepasarlos. Ajustar la estructura a la estrategia formulada. Al poner en funcionamiento una estrategia se deben observar ambas estructuras, la formal y la informal, por tres razones.

En primer lugar, la estructura actual de la empresa puede ayudar o no, o incluso impedir la ejecución eficaz. En segundo lugar, la ejecución demanda la asignación de tareas a los distintos niveles de la organización y al personal de la misma; en tercer lugar, la organización informal puede convertirse en una herramienta valiosa que facilite una ejecución exitosa, ya que puede emplearse la red informal de comunicación para estimular la rápida implementación de la estrategia(López & Marín, 2011).

#### **Los 4 pilares de una buena estrategia empresarial**

Toda organización que es exitosa cuenta con una estrategia organizacional que le ha permitido atraer clientes, hacerlos fieles y fortalecer su negocio con el paso del tiempo. A continuación hablaremos de los principales componentes de una estrategia organizacional.

**Valores empresariales:** Estos valores simbolizan las creencias básicas que están vigentes en el comportamiento individual y grupal en una empresa. Además definen la manera de realizar las cosas, por lo que aquí se llevan a cabo los objetivos estratégicos de una organización; cada acción ejecutada debe estar identificada con los valores empresariales establecidos. El éxito de una organización implica en que siempre se

mantenga lógicamente con sus valores y que los trabajadores los tomen en cuenta en todo momento; hacer un listado con los principales conceptos puede ayudar a determinar los valores organizacionales fundamentales y se darán casos en los que se apliquen para servir de guía a los trabajadores a una toma de decisiones guiada hacia los valores de la empresa.

**Misión empresarial:** En la misión se relatan las principales razones de ser de la organización, menciona a que se dedica el negocio y reafirma el valor agregado; una misión empresarial da a entender el propósito de la organización y se alinea con sus propios valores. Es de suma importancia conocer que la misión puede perdurar con el tiempo y no ser modificada, solo que se modifiquen las direcciones y propósitos de las organizacionales. Enmarcar los valores con la misión empresarial alista a la empresa a desarrollar un plan de negocios y una estrategia más adecuada.

**Visión empresarial:** La visión de una organización se crea sobre sus mismos valores y puede verse como una ampliación de la misión empresarial. La visión involucra un plazo de tiempo claro para ser realizado conforme a los objetivos; otorga un horizonte claro de lo que la organización anhela lograr en el futuro y arroja una manera de evaluar los avances estratégicos en un plazo de tiempo específico. La visión es también un reflejo de la empresa que ayuda a comprender los medios inmersos a ella y de esta manera apoyarse en ello para el logro de objetivos.

**Propuesta de valor:** Se llama así al conjunto de beneficios que serán brindados al cliente, es decir a la afirmación de recompensar que el cliente encontrara en una organización y que será la diferencia frente a los competidores. Una propuesta de valor exitosa es la que basada en sus clientes y en el estudio de los ofrecimientos de la competencia para ofrecer algo distinto que se gane la elección del cliente. Las propuestas de valor giran en torno a:



La excelencia operacional. La organización ofrecerá productos o servicios a un precio más módico. El liderazgo de producto o servicio. La empresa se actualiza constantemente en productos y servicios para mantenerse a la pelea frente a los competidores. La personificación de productos y servicios para llenar las expectativas de cada cliente(Valda, 2014).

### **Limitaciones de la planeación estratégica**

Es natural que la planeación tiene sus limitaciones; no siempre tiene la solución para los problemas directivos. Veamos algunas de ellas:

**Medio Ambiente cambiante:** Pronosticar no es una ciencia exacta; por lo tanto, los planes que están basados en predicciones quizás equivocadas pueden fallar. Incidentes inesperados en acciones gubernamentales tales como la cancelación de un contrato; un cambio en las actividades de los sindicatos laborales, una baja en la actividad económica; o una repentina rebaja de precio por un competidor, son factores inseguros que entorpecen el proceso de planeación.

**Resistencia Interna:** En varias empresas la introducción de un sistema de planeación formal origina prejuicios en contra de la planeación que pueden impedir que ésta sea efectiva. En las organizaciones más importantes, las formas tradicionales de desempeñar las actividades, las reglas y los métodos antiguos pueden estar tan arraigados que será difícil cambiarlos. Cuando más crece una empresa mayor será la cantidad de vestigios tradicionales.

**La planeación es cara:** Para lograr una planeación efectiva en una empresa mediana se requiere de un esfuerzo significativo. Asimismo, varias personas tendrán que dedicar su tiempo a este proceso y se incurrirán en gastos para estudios e información especiales. Por tanto, la planeación resulta cara y los directivos deberán efectuar constantemente una relación de costo/beneficio a través de todo el proceso. No es posible aplicar esta ecuación

en forma cuantitativa a la planeación corporativa; sin embargo, este factor no debería olvidarse ya que se puede incurrir en costos mayores que los beneficios potenciales.

**Crisis momentáneas:** La planeación estratégica no está diseñada para sacar a una empresa de una crisis repentina. Si una compañía ya está por quebrar, el tiempo que tendría que dedicar a la planeación estratégica será mejor empleado en resolver los problemas a corto plazo. Sin embargo, en caso de que una empresa se encuentre en una crisis momentánea la cual podrá superar, la planeación estratégica debería ser continuada para evitar crisis futuras similares.

**Planear es difícil:** La planeación es una actividad que requiere de un alto grado de imaginación, capacidad analítica, creatividad y entereza para seleccionar y comprometerse a un cierto curso de acción. Además involucra un tipo de proceso mental diferente a aquel necesario para tratar los problemas operacionales diarios. Los talentos necesarios para lograr una planeación óptima generalmente no abundan en la mayoría de las empresas, y las direcciones deben encontrar maneras para mejorar su capacidad de planeación. Una de estas maneras puede consistir en presionar al personal para satisfacer los requerimientos intelectuales y así obtener una planificación estratégica efectiva.

**Los planes limitan las opciones:** Los planes representan obligaciones, o deberían representarlas, y por lo tanto limitan opciones. Tienden a reducir la iniciativa de varias alternativas que respaldan los planes. Aunque no es una limitación seria debería hacerse notar.**Limitaciones impuestas:** Además de las limitaciones inherentes de la planeación estratégica, existen limitaciones impuestas, mismas que hay que hacer notar. Los sistemas de planeación pueden resultar ineficaces en los siguientes casos: cuando son demasiado ritualistas y formales, cuando los directivos en línea tratan de delegar sus deberes al personal, cuando los directores aparentemente aplican la planeación pero toman sus decisiones sin consultar los planes, o cuando los directivos enfocan toda su atención a problemas a corto plazo sin tomar en cuenta el futuro(Lara, 2013).

## **Captación**

Consiste en obtener, conseguir algo que no es nuestro para hacerlo de nuestra pertenencia o solamente comprenderlo o cuidarlo esto puede ser ideas, objetos, animales o personas. Se debe estar atento a los cambios que se dan en el ambiente exterior para que utilicemos las técnicas correctas que permita realizar la captación para proceder y obtener resultados. Se puede decir que se capta utilizando la vista y el oído para saber reconocer y descubrir las necesidades que se presenten (De Conceptos, 2011).

### **Captación de nuevos socios**

Para conseguir socios activos hay que examinar contactos, conocidos, amistades, colegas presentes o pasados, personas que conocimos en instituciones profesionales, líderes de comunidad o personas que estén dispuestas a colaborar con la asociación ya sea en reuniones o eventos de la institución. Los potenciales socios se los puede conseguir en la colectividad en los distintos grupos con los que se mantiene un vínculo; ya sean de cualquier profesión.

Se recomienda invitar a las reuniones, asambleas o eventos especiales a las personas que pueden convertirse en socios potenciales para que estén en contacto con otros socios y puedan informarse de las actividades que se realizan. (Rotary, 2017). Lograr que los posibles socios se sientan a gusto y que reciban una espléndida bienvenida por parte de todos. Darles seguimiento e informar a la asociación cualquier novedad. Si las personas están entusiasmadas por ingresar hay que saberlos guiar sobre las actividades que se realizan

### **Tipos de socios y socias**

Socios ordinarios o socias ordinarias: Son los socios con más derechos, en otras palabras a los que les compete los derechos y deberes que se encuentran en las políticas de la asociación. Socios fundadores y socias fundadoras: Son muy similares a los anteriores con derechos y obligaciones, solo se diferencian en que ellos son los que integraron la formación de la institución.

Socios honorarios, socias honorarias: Consiste en los individuos respetados de reconocimiento que contribuyen con su patrocinio hacia la institución. Son los que participan en reuniones importantes de la institución donde se encuentran medios de comunicación, no cuentan con los derechos y deberes de los asociados ordinarios. Socios protectores, socias protectoras: Son las personas que su contribución a la institución es solamente económica, como lo es las contribuciones mensuales, anuales y no cuentan con los mismos derechos y obligaciones que los socios ordinarios de la institución.

Socios colaboradores, socias colaboradoras: Son las personas que su contribución a la institución cumple trabajos hacia la misma institución. No cuentan con iguales derechos y deberes que los asociados ordinarios. Si en la institución estos socios realizan su trabajo con algún motivo social se llaman voluntarios.

Socios usuarios, socias usuarias: Personas receptoras de la institución, ellos son los encargados obtener o cooperar en las tareas de la institución. En ocasiones no es requisito que sean socios ordinarios para tener los mismos derechos y obligaciones que los que sí lo son. En cualquier asociación puede estar integrada por algunas de estas clases de socios (Bolunta, 2006).

### **Acogida y atención a socios y socias**

Cuando se integre un nuevo socio a la institución se debe recibirlo brindándole aceptación mostrándolo con los demás integrantes, enseñándole los establecimientos y dejándole claro como es el funcionamiento y normas de la organización. Se aconseja cuando una persona se integra como socio se le brinde copias donde consten los reglamentos y cualquier información que sea necesaria sobre la institución. (Bolunta, 2006). Si el individuo se encuentra ya incorporado en los trabajos de la institución es aconsejable que cuente con una o más personas de guía para que lo ayuden en cualquier

inquietud que necesite resolver o para ir sabiendo cómo marcha su desempeño en la institución. El acompañamiento hacia el sujeto permitirá tener un vínculo más estrecho, lo que permitirá conocer de futuros problemas y se podrán resolver con facilidad, influyendo en la motivación y teniendo efectividad en la realización de los trabajos que cumplan las personas, favoreciendo a los objetivos de la institución.

En el caso de los asociados que no están de manera directa con la institución es fundamental brindar estrategias de información ya sea por medio de cartas, boletines internos, etc. Debe ser obligación que cada año se realicen reuniones de evaluación personalizadas con los asociados donde se traten temas sobre la administración de la institución y escuchar cada una de sus opiniones. Además, sería adecuado enviarles un corto cuestionario de agrado a la colectividad de los asociados, sin tener que ver su participación, en las actividades que se llevaron a cabo en el año, que tengan que ver con el funcionamiento y sobre asuntos claros que les preocupe la opinión que puedan tener.

### **Estrategias para la captación de socios**

Existen muchas maneras que se deben tener presentes al momento de captar socios; como lo es el faceto face. Entre las más sobresalientes se está el análisis DAFO de toda institución. Es considerable conocer las oportunidades y amenazas que se encuentran en el mercado, también las fortalezas y debilidades de la institución. Identificación del público objetivo. El grupo que se encargara de captar tiene que conocer en qué sector de la sociedad le puede ayudar y realizar estrategias para lograr tener lo que se espera. (Giving International, 2017).

**Aprovechar eventos para realizar pruebas piloto.** Asistir a ferias o eventos donde puede tener el objetivo requerido, resultara esenciales para realizar estudios que estén acordes a los objetivos y los recursos necesarios para una operación más extensa, afirmando veracidad de la misma. Elaboración de un plan de comunicación efectivo. Tener el triunfo del plan es obligación asegurar la comunicación previamente en los medios de

comunicación. Por lo que el proyecto tiene que ver con las distintas variables como el ámbito geográfico, en el caso de que la institución sea conocida, etc.

**Planificación cuantitativa de la campaña.** Debe ser fundamental evaluar la cantidad de socios que toca obtener, y el valor que tienen que dar para conseguir los objetivos establecidos, ya descontando los gastos en el personal, de gestión y técnicos.

**Creación de un equipo motivado.** El talento humano es el fundamental activo del proyecto de captación de dinero en la calle. De esta manera es esencial la formación de un conjunto de individuos que estén seguros de lo que hacen, deben ser una persona extrovertida y tener bastante empatía.

**Creación de la figura del coordinador.** El grupo de captadores tiene que tener como líder un coordinador que forme, motive y oriente a los miembros del grupo, que este pendiente del rendimiento y manteniendo informado a los directivos de las institución.

**Comunicación con los socios.** Cuando ya se obtienen captados los nuevos socios, se les debe pedir fidelidad haciéndolos participar en el rendimiento obtenido gracias a su colaboración. Lo que ayudara a que los socios tengan sentimientos de pertenencia a un grupo, para que puedan animar a conocidos o amigos (Giving International, 2017).

### **¿Cómo mantener una buena relación con tus socios?**

El vínculo empresarial es fundamental para la actividad de las instituciones, se recomienda laboral con individuos conscientes y responsables, con seres que brinden seguridad. Estar calificados para ofrecer vínculos es uno de los puntos más importantes ya que ayudara a tener una existencia triunfante y satisfecha, esto puede ser en la vida personal o a nivel profesional. Tener recurso humano que se desempeñen con enorme impulso, lo cual es fundamental para el desarrollo de la organización. Pero muchas veces no se cuenta con un buen vínculo de amistad con los asociados. Para esto se observan los

siguientes pasos que servirán para no tener inconvenientes o malos entendidos.(CENTRUM, 2017).

**Delimita las funciones.** Ayudará a tener un conveniente desarrollo de la organización, esto puede suceder entre asociados o compañeros de trabajo. Es importante para que no existan problemas definir las obligaciones y oficios que tienen que cumplir cada miembro de la institución.

**No dejes que las familias se metan en asuntos de trabajo.** El vínculo entre los asociados debe ser con admiración y seguridad; tiene que ser una relación profesional entre dos individuos, que no tiene el derecho de meterse otra persona externa sin motivo alguno, conocer las restricciones en circunstancias de desorden o peleas para evitar tener inconvenientes con los asociados.(CENTRUM, 2017).

**Deja las reglas de juego definido.** Si existe la seguridad, debe ser imprescindible tener todo notoriamente determinado, y si se lo pone en documento es lo más eficaz. Para prevenir conflictos que se pueden presentar. **No descuides la amistad.** Saber escoger a los socios, debe planearse con responsabilidad y determinación. Si existe comunicación y consideración, el triunfo de la institución será asegurado (CENTRUM, 2017).

### **Consigue que tus asociados atraigan a otros**

Al poseer una asociación que es dirigida a tus asociados y cuentas con un estrecho vínculo con ellos, les puedes decir que te apoyen encontrando nuevos socios. Muchos tienen la mentalidad que conseguir nuevos socios a la asociación puede causar daños ya que podrían estar dando a la competencia las mismas herramientas y ventajas que ellos poseen. Si se piensa manera se podrá lograr a que observen con tener más socios será excelente para todos, porque entre más socios será: Mayor cantidad de recursos para los socios, por ejemplo, se utilizaran los trabajos de investigación y formulación que sacaran provecho todos los socios.

El aumento de recurso servirá para potenciar el sector, de la cual se beneficiarían todos los socios. Mayor poseerá la asociación frente a las administraciones públicas. No cuenta con el mismo poder una asociación que junta a 50 instituciones que una que junta a 150. Más poder de negociación poseerá la asociación frente a muchos proveedores y rentables precios o descuentos ayudara a tener para todos los socios. La estrategia del boca a boca es la que mejor resulta para obtener nuevos socios. Si se logra comprometer a los asociados para que sean los emisores, se podrá lograr algo muy sobresaliente. Es recomendable estimular el boca a boca a través de campañas promocionales, como por ejemplo, se puede brindar un descuento en la afiliación a cada nuevo socio que ingresa siendo recomendado por otro asociado (Asociación Empresarial , 2013).

### **¿Qué es un artesano?**

Es el individuo que realiza labores artesanales o artesanías. Ellos desarrollan su labor utilizando las manos o con instrumentos manuales, requiriendo mucho desenvolvimiento y experiencia para cumplir con sus labores. Los artesanos laboran solos o en grupos con otros individuos que les colaboran como auxiliar u oficial, el trabajo del artesano implica poseer destrezas o habilidades manuales. La mayoría de las veces el artesano ocupa el material que más abunda en la zona geográfica en la que está ubicado, como por ejemplo los caracoles para quienes están en la costa o piedras talladas para los que se encuentran en las montañas (Wikipedia, 2015).

### **Derechos de los socios**

Todo socio está en su derecho de cooperar en la administración de la organización. Los socios cuentan con el derecho verificar y analizar información en los archivos de la institución, también tienen derecho a distribuir los beneficios de la igualdad de la institución así como compartir las pérdidas. Si existe controversia o altercado en el periodo de la administración, un asociado puede desbaratar la organización, teniendo claro los términos y condiciones, también los socios tienen derecho a obtener intereses sobre el capital invertido. El socio si desea separarse lo puede hacer, con la aprobación de los demás socios. El socio puede ingresar a nuevos socios a la organización (Anderson, 2013).



## **Deberes de los socios**

Los socios disponen de muchas actividades en su establecimiento y también con sus socios, tiene que realizarse acuerdo entre todos los socios como primer punto antes de aprobar alguna decisión con respecto a la asociación. Se debe brindar equitativamente los beneficios con todos los socios. Los socios deben demostrar su compromiso a la institución ayudando con las actividades que se realicen y realizando sus aportaciones mensualmente (Anderson, 2013).

### **2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación**

#### **2.1.2.1. Antecedentes investigativos**

##### Tesis 1

Tema: “Diseño de una planificación estratégica para la empresa Reprodata Cía. Ltda. Dedicada a la reparación mantenimiento de equipos de copiado e impresión (impresoras multifuncionales) marca Lexmark, de la ciudad de Quito” (Benavides, 2011). Concluye que: Conforme a la evaluación situacional de Reprodata Cía. Ltda. Ejecutado en el capítulo II en el que se determina información general de la institución, los recursos que tiene la empresa, los servicios que brindan y otras informaciones convenientes, se tiene que examinar y considerar que la institución. Le falta una orientación estratégica ya que con los datos que se tiene de la encuesta elaborada a los clientes internos comprobando que la institución no ha realizado cambios significativos concerniente a su dirección administrativa y no presenta un organigrama práctico determinado que diferencie niveles jerárquicos por departamentos, esto tiene que ir conforme al progreso de las actividades y que se adapte a las necesidades de la institución.

Leyendo la tesis se puede tener como opinión que es obligatorio que la planificación estratégica sea difundida en todos sus elementos a directivos y afiliados de la Asociación

de Artesanos Para el buen entendimiento del mismo y sobre todo para que de esta manera dar inicio al direccionamiento estratégico que haga partícipes de la misión, visión, valores y principios organizacionales.

## Tesis 2

Maldonado (2007) Tema: Modelo de planeación estratégica aplicado a una microempresa artesanal del sector metalmecánico del Ecuador, caso empresa metalmecánica Gálvez “EMG hierro forjado”, concluye que: La microempresa EMG para llegar a ser una empresa capaz, requiere formación y una enseñanza permanente. La formación de conocimientos se la consigue por medio de una estricta disciplina. El análisis de esta tesis me lleva a la idea de estudiar el sector artesanal, para plantear mejoras al sistema que contribuya a prepararnos cuando se intente invalidar los derechos que la ley contempla con estrategias de apoyo hacia el artesano.

## Tesis 3

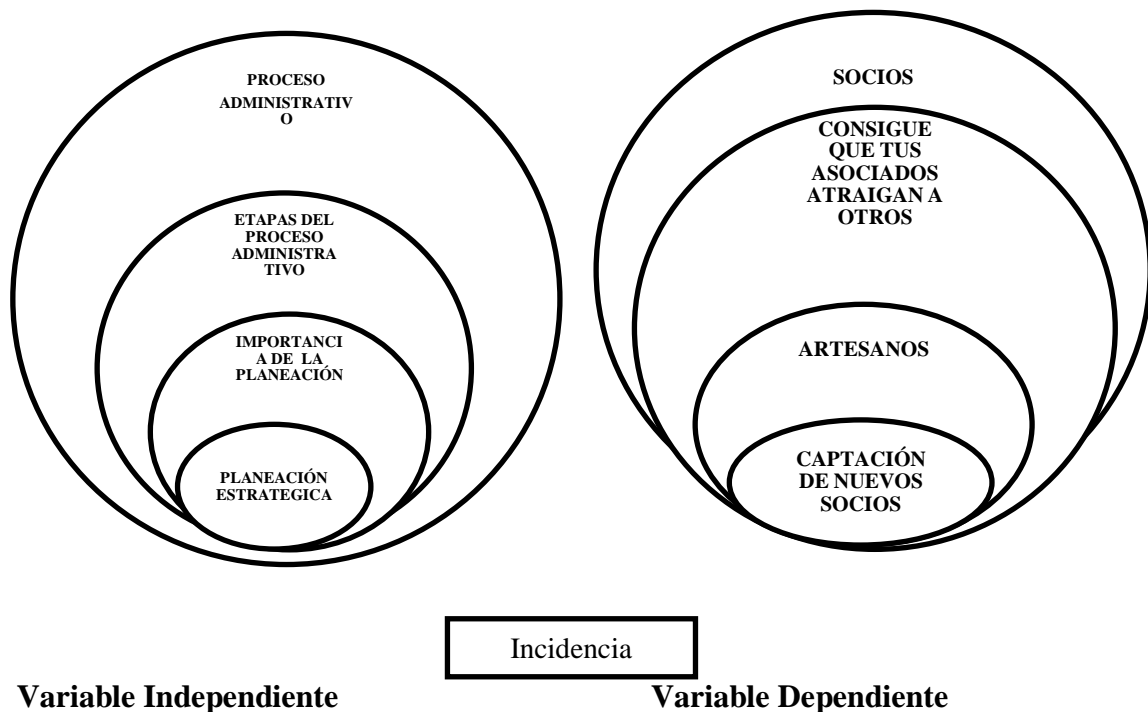
Cabrera, (2012) Tema: “Planificación estratégica como una herramienta de gestión para mover la competitividad en la Kawa Motors”, concluye que: La institución necesita establecer la planificación estratégica que le permitirá colaborar en la organización contando con procesos organizados y sistemáticos para poder realizar una destacada atención a los clientes, por medio de este impulso de transformación que ha se va mostrando ayudara proponer un destacado servicio al cliente que servirá para que se sientan complacidos y así poder tener su lealtad.

Analizando la tesis se llega a la idea que la gerencia apoye y se comprometa con este esfuerzo de cambio, elaborar un manual de funciones y procesos, de acuerdo a las necesidades de la asociación, difundir, implementar y evaluar el cumplimiento de la planificación estratégica que se ha diseñado para la asociación de artesanos mecánicos y

sus anexos; y así conseguir los objetivos deseados satisfaciendo y llenando las expectativas tanto de los socios internos como externos.

### 2.1.2.2. Categorías de análisis

Gráfico #1: Categoría de análisis



Elaborado por: Andrea Isabel Vera Mejía

### 2.1.3. Postura teórica

Armijo (2011), “Señala que la planificación estratégica es un entrenamiento que permite la representación e instauración de objetivos de manera preferente, que tiene como particularidad primordial es la creación de los cursos de acción para obtener los objetivos”.

En esta investigación se debe considerar el aporte de ARMIJOS, ya que concuerdo que la planificación estratégica proporciona a la asociación constituir métodos para difundirse, avanzar acción para el mañana, simplificar las funciones en equipo, contribuir

en el desarrollo de la institución posiblemente puede ser un pensamiento que puede surgir en cualquier persona, para eso hay que analizar la factibilidad del proyecto que se piensa realizar y tener claro como fomentar el pensamiento para que se cumpla y en el futuro la empresa se mantenga en el mercado.

## **2.2. Hipótesis**

### **2.2.1. Hipótesis general**

La planeación estratégica incidirá en la captación de nuevos socios en la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus anexos de Babahoyo, provincia de Los Ríos.

### **2.2.2. Subhipótesis o derivadas**

- Si se identifica el tipo de planeación que se ejecuta se mejorará la promoción de la Asociación.
- Si se analiza el nivel de participación de los socios influirá positivamente en la relación directa con el gremio artesanal.
- Si se diseña un plan de acción se fomentará la captación de nuevos socios.

### **2.2.3. Variables**

**Variable independiente:** Planeación estratégica

**Variable dependiente:** Captación de nuevos socios

## **CAPÍTULO III.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Resultados obtenidos de la investigación**

#### **3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas**

Para el desarrollo del trabajo investigativo se manejó una población seleccionada de 10 directivos y 94 socios de la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus Anexos de Babahoyo.

Tabla #1 Estadísticas aplicadas

<b>INVOLUCRADOS</b>	<b>POBLACION</b>	<b>MUESTRA</b>
Directivos	10	10
Socios	94	94
Total	104	82

La muestra de socios y directivos fueron quienes proporcionaron la información necesaria en la realización de la encuesta aplicada la misma que una vez obtenidos los datos fueron tabulados mediante Microsoft Excel, para luego analizarlos y llegar a la conclusión y recomendaciones correspondientes en esta investigación. Con la información obtenida se procedió al recuento, de la tabulación representación gráfica proceso que permitió conocer los resultados de la investigación dejando en evidencia que un 50% de los socios está de acuerdo con los requisitos para ser socio de la asociación.

### **3.1.2. Análisis e interpretación de datos**

#### **Resultados de la Encuesta dirigida a los Socios artesanos mecánicos**

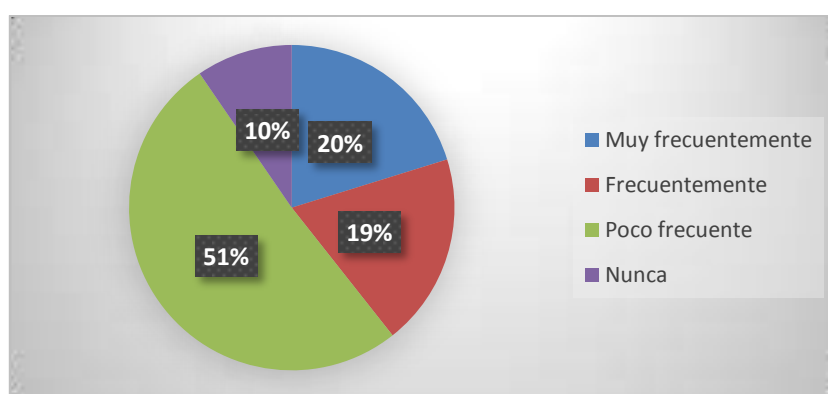
**Pregunta # 1: ¿Cree usted que se están utilizando las estrategias adecuadas para captar nuevos socios?**

#### **Estrategias adecuadas**

Tabla #2 Socios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	19	20%
Frecuentemente	18	19%
Poco frecuente	48	51%
Nunca	9	10%
TOTAL	94	100%

Gráfico #2 Socios



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al preguntar Cree usted que se están utilizando las estrategias adecuadas para captar nuevos socios, el 10% manifestó que nunca, el 20% muy frecuentemente, el 19% frecuentemente y el 51% tenemos poco frecuente. A manera general se puede decir que el cambio puede existir, solo depende de que los socios y sus directivos tengan la convicción de que así será.

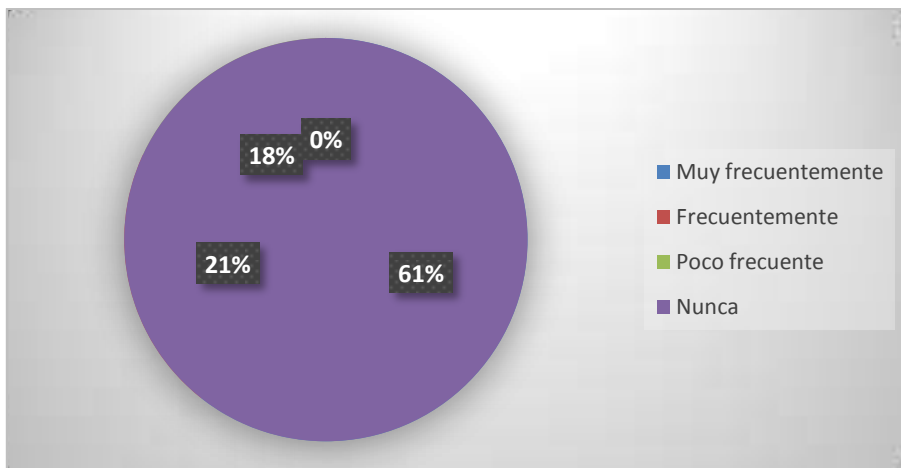
**Pregunta # 2: ¿Participan los socios en la toma de decisiones?**

### Toma de decisiones

Tabla #3 Socios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	57	61%
Frecuentemente	20	21%
Poco frecuente	17	18%
Nunca	0	0%
TOTAL	94	100%

Gráfico #3 Socios



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al hacer la pregunta correspondiente, podemos notar la respuesta conforme a la situación actual de los miembros de la cooperativa dentro de ésta. Donde no hay un porcentaje para nunca, el 18% manifiesta que poco frecuente se participa de la toma de decisiones, el 21% lo hace a manera frecuente y el 61% muy frecuente.

**Pregunta # 3: ¿Cree usted que la Asociación necesita adecuar sus instalaciones?**

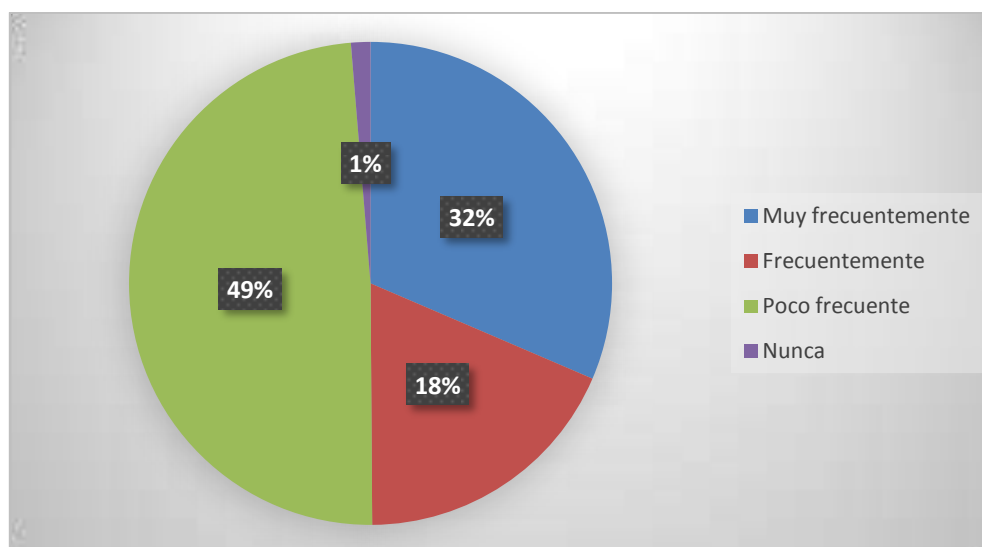
### Adecuar sus instalaciones



Tabla #4 Socios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	29	32%
Frecuentemente	17	18%
Poco frecuente	45	49%
Nunca	3	1%
TOTAL	94	100%

Gráfico #4 Socios



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al preguntar Cree usted que la Asociación necesita adecuar sus instalaciones, el 1% manifestó que nunca, el 32% muy frecuentemente, el 18% dijo que frecuentemente y el 49% vemos que se manifestó poco frecuente.

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS

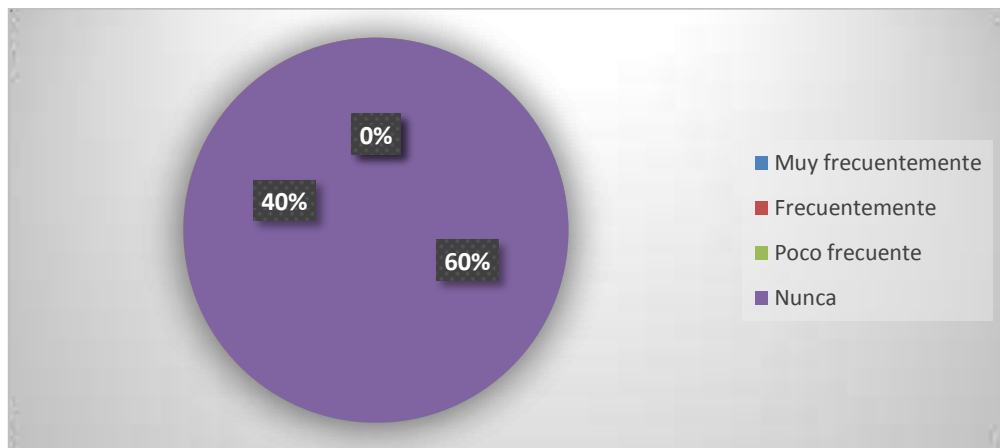
**Pregunta # 1:** ¿Cree usted que está utilizando las estrategias adecuadas para captar nuevos socios?

## Estrategias adecuadas

Tabla #5 Directivos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	6	60%
Frecuentemente	4	40%
Poco frecuente	0	0%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Gráfico # 5 Directivos



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al encuestar a 10 socios obtuvimos los siguientes resultados; 6 de ellos dijeron que las estrategias para captar nuevos socios se dan muy frecuentemente, mientras 4 defendieron que lo hacían frecuentemente. Estos resultados equivalen al 40% y 60% respectivamente.

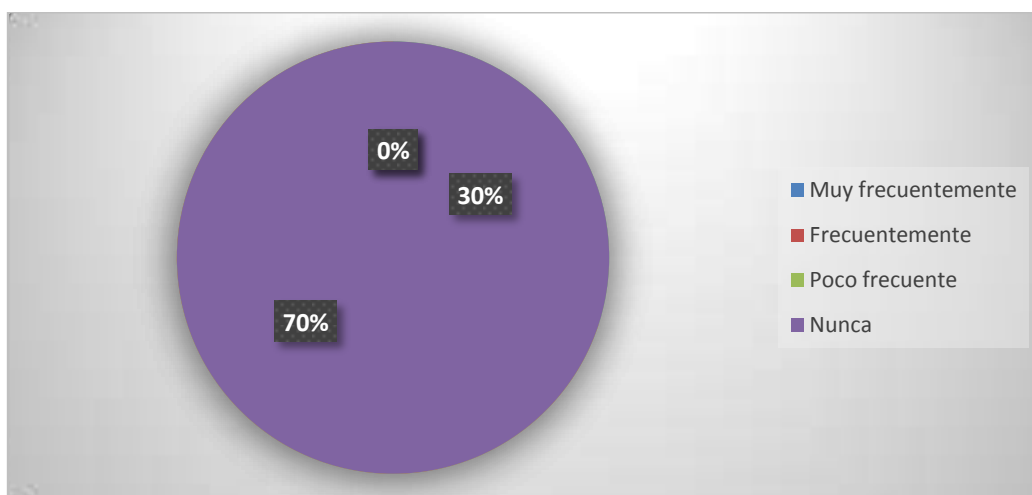
**Pregunta # 2: ¿Participan los socios en la toma de decisiones?**

## Toma de decisiones

Tabla #6 Directivos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	3	30%
Frecuentemente	7	70%
Poco frecuente	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	10	100%

Gráfico # 6 Directivos



Fuente: Asociación de Artesanos  
 Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al hacer la pregunta, 30% de los encuestados respondieron que lo hacían muy frecuentemente y el 70% dio a conocer que los socios participan frecuentemente en la toma de decisiones.

### 3.2. Conclusiones específicas y generales

### **3.2.1. Específicas**

- El ambiente que existe dentro de la asociación no es agradable es por ese motivo que muchos artesanos no se deciden a formar parte de ella.
- Los directivos de la asociación de artesanos, no reciben la debida capacitación a nivel de atención al cliente de tal forma que no realizan un servicio de calidad, y por ende, no pueden captar nuevos socios.
- La estructura organizacional en la asociación de artesanos, ha sufrido constante cambios de allí deriva mucho la deficiente captación de socios.
- Las malas administraciones han creado una mala imagen entre los artesanos que aún no forman parte de la asociación
- No se cuenta con un atractivo plan de beneficios para los nuevos socios
- Las instalaciones no son muy cómodas para las asambleas numerosas que en ella se realizan
- No todos los socios están al día con las aportaciones de la agrupación
- Muchos de los socios no participan en las asambleas y esto impide que se llegue a conclusiones rápidamente.
- No se cuenta con una publicidad solidad que garantice la aceptación y acogida de nuevos socios.
- Existen requisitos que no todos los artesanos están en la capacidad de cumplir para formar parte de la asociación.

### **3.2.2. General**

- No existen estrategias de captación de socios las cuales permitan a la asociación darse a conocer como un organismo que ayuda a los artesanos a defender sus derechos y hacer valer los mismos.

### **3.3. Recomendaciones específicas y generales**

#### **3.3.1. Específicas**

- Mejorar el ambiente que existe en la asociación para que los socios que aún no se afilian se motiven a hacerlo.
- Borrar la mala imagen que se tiene de la asociación mediante compromisos serios y alcanzables
- Motivar a los socios mediante promociones para que se pongan al día con el pago de las mensualidades
- Adecuar las instalaciones para que sea un lugar agradable en donde se reúnan los socios
- Hacer participar a todos los socios en las asambleas
- Realizar publicidad en los medios locales para asegurar la captación de nuevos socios
- Reestructurar los requisitos para formar parte de la asociación ya que no todos los artesanos se pueden alinear a los actuales
- Incluir un programa de promoción basada en la publicidad la cual resalte los servicios y ventajas que ofrece como asociación.

- Implementar un calendario de capacitación a los directivos de la asociación de tal manera que la atención al cliente sea de calidad fortaleciendo la imagen institucional.
- Fijar estatutos que garanticen la estabilidad de sus integrantes de la Asociación.

### **3.3.2. General**

- Enfocarse en llamar la atención de los artesanos dándose a conocer como lo que es, una organización la cual hace respetar los derechos de sus afiliados.

## **CAPÍTULO IV.- PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN**

### **4.1. Propuesta de aplicación de resultados**

#### **4.1.1. Alternativaobtenida**

Una vez desarrollado el análisis completo del problema de investigación se planteó el diseño de estrategias encaminadas hacia la captación de nuevos socios, para la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus nexos en la ciudad de Babahoyo.

#### **4.1.2. Alcance de la alternativa**

Esta alternativa es muy importante ya que permitirá que la asociación pueda cumplir su misión y alcanzar su visión, a través de la captación de socios ofreciendo el diseño y la construcción del futuro para la asociación, brindándoles confianza, lo que ayudará a que esta se mantenga en el mercado.

Formulando estrategias que permitan obtener los aspectos claves en los que se tiene que centrar la asociación para conseguir lo que se ha propuesto. Es decir, identificar las decisiones que hay que tomar para poder aumentar el número de socios resultando favorable para la asociación.

Para lograr la fidelidad de los socios se debe generar confianza, credibilidad, seguridad y transparencia, lo que ayudara a que los socios se sientan comprometidos con la asociación y siempre tendrán una opinión positiva de la asociación y de sus compañeros de la institución.

### **4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa**

#### **4.1.3.1. Antecedentes**

De la investigación realizada en la asociación, se obtuvo como resultado que esta necesita mejorar su planificación, ya que muchas veces toman decisiones a diario, las cuales no planean, trabajan sin una planificación formal; la directiva se mantiene tan saturada de trabajo que no dedican tiempo a la planeación, se resisten a dedicar parte del tiempo para preparar un plan por escrito y dejar en el pasado la administración informal que han venido ejecutando desde hace años.

El artesano ha sido participe activo de todo proceso económico tomando posiciones claves en la organización social en distintas épocas. Sin embargo, actualmente es un sector en crisis para una amplia mayoría de sus participantes locales. El artesano no está recibiendo un rédito económico de la actividad que le permita vivir dignamente, y en la mayoría de los casos están en la pobreza más extrema. En los talleres artesanales, la máquina no llega a observar la personalidad del trabajador; la estabilidad y seguridad de la actividad evita la proletarización y frena la deshumanización del que trabaja y por último se mantiene en el taller los elementos fundamentales de la cultura, ya que en muchas de las obras del artesano reflejan el ambiente, las costumbres, la fe y la patria. (Andrade, 2011)

Calvet, Lusa, & Martínez (2012), “El Plan de acción tiene como objetivos dirigir la empresa hacia la igualdad de oportunidades real entre mujeres y hombres que trabajan y conviven y contribuir con los productos y servicios que ofrece a la sociedad y con las relaciones con las empresas proveedoras, colaboradoras y con su clientela, compartiendo con todos el mismo objetivo de igualdad entre las personas de la empresa” (Pág. 442)

El control del plan de acción tiene que realizarse tanto durante su desarrollo como al final. Al realizar un control en medio del plan, el responsable tiene la oportunidad de



corregir lo que no están saliendo de acuerdo a lo deseado. En cuanto al control tras su finalización, el objetivo es establecer un balance y confirmar si los objetivos planeados han sido cumplidos. Las organizaciones pueden ser buenas en proyectos tácticos, como mudarse a un nuevo edificio o presentar un nuevo producto. Estos son proyectos que tienen un objetivo operativo, lo que probablemente no conlleva contribuciones de la mayoría de los empleados dentro de la organización. En estos proyectos, cumplir con un objetivo táctico a tiempo y dentro del presupuesto son consideraciones clave. (Pazos, 2016)

Es el proceso de planificación de objetivos estratégicos y metas tácticas en las Asociaciones. Describe los hitos, las condiciones para el éxito y explica cómo, o qué parte, de un plan estratégico se pondrá en funcionamiento durante un período operativo dado, en el caso de la aplicación comercial, un año fiscal u otro plazo presupuestario dado. Un plan operativo es la base y la justificación de una solicitud anual de presupuesto operativo. Por lo tanto, un plan estratégico de cinco años requeriría típicamente cinco planes operativos financiados por cinco presupuestos operativos. (Ramos & Sánchez, 2013)

La tendencia de los Talleres mecánicos artesanales son negocios que se especializan en un área e invierten en tecnología moderna en sus instalaciones, a fin de conseguir el mayor número de clientes. La inversión en tecnología debe ser esencial para el eficaz funcionamiento de un taller mecánico debido que al contar con instalaciones, maquinaria, herramientas modernas y adecuadas para cada área, permite ofrecer a los usuarios una mejor gestión de los daños que presenten sus vehículos, además facilita el trabajo y posibilita dar un buen servicio al cliente lo que es vital en el negocio.

Otro punto importante es que se ha comprobado que en la Asociación de Mecánicos existe una desorganización, causando desconfianza entre los socios, se ha detectado el incumplimiento de los objetivos y por ende no cumplen con las metas propuestas, motivo por el cual se desarrolló la presente investigación con la finalidad de captar nuevos clientes y que estos se sientan a gusto de pertenecer a la asociación de Artesanos. El plan de acción

debe ser evaluado y también debe existir motivación por parte de los directivos a cargo de la asociación y las demás personas que forman parte de su ejecución, al mostrar interés por obtener resultados y una actitud positiva facilitarán el logro de la meta deseada con efectividad.

#### **4.1.3.2. Justificación**

El desarrollo de la presente alternativa de solución se lleva a cabo con la finalidad de mejorar el proceso de la planeación estratégica en la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus nexos en la ciudad de Babahoyo, teniendo en consideración los lineamientos que se deben seguir y los elementos que contiene para la captación de nuevos socios, obteniendo resultados óptimos, la presente propuesta contiene el componente y plan de acción.

La presente esta propuesta encaminada hacia la captación de nuevos socios, se justifica por las siguientes razones: El plan estratégico permitirá a los socios tener una visión más amplia y clara de lo que desean y como lograrlo, a través de la toma de decisiones más ágiles y acertadas, permitirá darle solución mediante métodos administrativos a problemas que afectan la asociación.

Con la presente investigación se profundiza el conocimiento y a la vez se mejorará las habilidades y destrezas para dar solución a los problemas existentes en la asociación, esto aportara a la forma de pensar de los directivos, con el fin de no cometer los mismos errores en el futuro. A través del plan estratégico se beneficiara la asociación, incrementando mayor número de socios lo que le ayudara a mantenerse en el mercado.

Por lo antes expuesto la propuesta aporta grandes beneficios al desarrollo y competitividad de la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus nexos, es por ello que existe la necesidad de elaborar un plan estratégico que les permita proyectarse al futuro deseado, identificando las oportunidades y amenazas existentes en el entorno.

## **4.2. Objetivos**

### **4.2.1. General**

Diseñar estrategias encaminadas hacia la captación de nuevos socios, para la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus nexos en la ciudad de Babahoyo.

### **4.2.2. Específicos**

- Identificar los beneficios que se le darán a los nuevos socios.
- Socializar con cada uno de los socios de la Asociación de Artesanos Mecánicos en general y anexos del cantón Babahoyo.
- Desarrollar visitas a los talleres artesanales, para aumentar la captación.
- Formular estrategias innovadoras mediante la comunicación efectiva que sepan cautivar y llamar la atención, para la integración de nuevos socios.

## **4.3. Estructura general de la propuesta**

### **4.3.1. Título**

Diseño de estrategias encaminadas hacia la captación de nuevos socios, para la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus nexos en la ciudad de Babahoyo.

### **4.3.2. Componentes**

#### **Estrategia # 1**

Mantener a los socios

#### **Estrategia # 2**

Medios de comunicación

#### **Estrategia # 3**

Visita a talleres

#### **Estrategia # 4**

Estrategia de crecimiento

#### **Estrategia # 5**

Capacitación de socios

#### **Estrategia # 6**

Programa de Responsabilidad Social Empresarial

#### **Estrategia #7**

Analizando necesidades

## **Estrategia # 8**

El método de la cadena

## **Estrategia # 9**

Los actos públicos

# **Diseño de estrategias encaminadas hacia la captación de nuevos socios Artesanos**



**Autora: Andrea Vera Mejía**

**2018**

## **ASOCIACIÓN DE ARTESANOS MECÁNICOS Y SUS ANEXOS EN LA CIUDAD DE BABAHOYO.**

Figura #1 Asociación de Artesanos Mecánicos y sus Anexos de Babahoyo



Fuente: Asociación de Artesanos Mecánicos y sus Anexos de Babahoyo

### **Misión**

Ser una asociación voluntaria sin discriminación a nuevos miembros a la organización, brindar servicios con atención personalizada y responsabilidad referente en el campo del desarrollo sostenible que trabaja para el logro de la inserción laboral para una sociedad más justa y equitativa

### **Visión**

Fortalecer las capacidades y mejorar el acceso a oportunidades a las personas, facilitando y promoviendo el desarrollo sostenible a través de programas y proyectos para crear la conciencia de la sociedad sobre el derecho al trabajo y la inclusión en general, brindar beneficios a la comunidad y sus asociados.

### **Objetivo general**

El objetivo por el cual se constituye la Asociación Artesanos Mecánicos y sus nexos en la Ciudad de Babahoyo, es el Desarrollo de programas, proyectos e iniciativas de

carácter educativo, cultural, social, y económico en poblaciones rurales y urbanas, a través de la gestión de recursos en las entidades locales.

## **Valores**

**Ética.-** La Asociación de Artesanos Mecánicos y sus anexos en la ciudad de Babahoyo, enmarca todos los programas y proyectos dentro de los principios universales, y fomenta la transparencia en sus acciones.

**Respeto.-** La Asociación de Artesanos Mecánicos y sus nexos en la ciudad de Babahoyo promueve el respeto a las personas y población en general, cuidando especialmente los derechos de las personas con discapacidad para lograr una sociedad inclusiva.

**Compromiso.-** La Asociación de Artesanos Mecánicos y sus nexos en la ciudad de Babahoyo debe asumir con interés y responsabilidad el logro de los objetivos institucionales, superando obstáculos para el logro de su visión.

- Promover la participación activa de quienes forman parte de los programas y proyectos, como actores de su propio desarrollo, actuando como socios.
  
- Promover la sostenibilidad, la conservación y protección de los recursos naturales, tierra, aire, agua y biodiversidad; de forma que garanticen los beneficios sociales, económicos y ambientales.
  
- Ejecutar sus intervenciones administrativas, teniendo siempre presente los criterios de eficiencia, eficacia, creatividad y responsabilidad en todos los ámbitos, evaluándolas en forma permanente a fin de garantizar los resultados propuestos.



**Democracia:** Cada socio, directivo, trabajador de la organización cooperativa se adhiere voluntariamente de tal forma se valoran las diferencias de cada individuo, considerando la libertad de expresión para que cada idea sea una alternativa de solución que favorezca el incremento de una institución sólida.

**Trabajo en Equipo:** La cooperativa cuenta con un grupo de personas participativas y bien organizadas que fomentan el liderazgo, comunicación efectiva y esfuerzo mutuo para la creación de estrategias, procedimientos y técnicas que le permitan la consecución de los objetivos organizacionales para el bien común

**Igualdad:** La cooperativa otorga a todas las personas los mismos derechos y oportunidades para que se establezca un sistema justo y equitativo de crecimiento personal y organizacional.

**Solidaridad:** Hacer énfasis a la realización de una labor mancomunada pero colaborando de manera desinteresada buscando el bienestar común en lugar de un beneficio individual.

**Asociación voluntaria:** La cooperativa adhiere voluntariamente a todas aquellas personas orientadas a utilizar sus servicios y aceptar las responsabilidades que conlleva ser parte de la organización sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.

**Participación económica de los socios:** Los miembros asisten equitativamente con el capital a la cooperativa y lo controla de forma

## **Fines**

1. Promover, proponer y ejecutar programas y proyectos para lograr la inserción laboral a todos los socios.
2. Lograr la incorporación productiva en todos ámbitos de la actividad humana para un desempeño convencional.
3. Proponer iniciativas de capacitación, asesoría y asistencia técnica a los artesanos que atienden la asociación.
4. Formar, capacitar y tecnificar la mano de obra artesanal sin distinción de raza, sexo, edad, o condición para incorporar al proceso productivo artesanal.
5. Promover la organización activa y participativa de la comunidad en los procesos formativos, productivos y de servicio artesanal.
6. En fin, que conozcan todos los beneficios a los cuales puede acceder con su calificación artesanal en la JNDA

La artesanía es una actividad laboral fundamentalmente manual que con el auxilio de máquinas o herramientas está destinada a la producción de bienes o servicios y tiene trascendental importancia en la economía del país por las siguientes razones:

- Porque es capaz de generar puestos de trabajo, con mayor ocupación de mano de obra calificada.
- Utiliza los recursos y materias primas de las localidades donde se desarrolla la actividad artesanal, favoreciendo así la desconcentración productiva evitando el

abandono del campo, es decir la migración interna y promoviendo el mejoramiento de las condiciones de vida de sus comunidades.

- Forma a jóvenes aprendices, enseñándoles un arte u oficio y capacita técnica y profesionalmente a operarios de artesanías.

Las potencialidades propias y naturales del artesanado, le permiten estar presente en la cotidianidad, como evidencia de una realidad cultural innegable y como una instancia de trabajo que ha podido adaptarse a cambios en los conceptos de desarrollo del país y de la sociedad, tomando en cuenta que este importante sector de la patria ha crecido con sus propios recursos , por esfuerzos formativos y de especialización que posibilita a ofrecer los usuarios productos y servicios cada vez de mejor calidad.

## **ANÁLISIS SITUACIONAL O DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN**

### **Análisis interno**

El análisis situacional es un proceso muy importante debido a que se realiza el estudio del medio en el que se desenvuelve la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus anexos, además se lo realiza de forma cuidadosa porque a través de estos resultados se procede a formular las estrategias que contribuirán a mejorar las posibilidades de crecimiento de la Asociación, conociendo su estado actual se tomaran las medidas necesarias para contrarrestar aspectos negativos y convertirlos en aspectos positivos en bien de la organización y sus miembros.

### **Fortalezas**

1. Ubicación geográfica favorable
2. Directivos comprometidos con el desarrollo de la cooperativa
3. Toma de decisiones en consenso de los socios

4. Personal con conocimientos empíricos para desarrollo de sus actividades
5. Cuenta con un lugar propio para mostrar los productos que elaboran a socios y demás usuarios de la comunidad

### **Debilidades**

1. Escaso nivel académico
2. Desmotivación y poco interés de los socios
3. Incumplimiento de políticas
4. Carencia de un plan estratégico
5. Gestión y liderazgo poco eficiente

### **Matriz de evaluación de factores internos**

Con esta herramienta será posible evaluar las fortalezas y debilidades de la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus nexos de manera que sea más sencilla la formulación de estrategias. La evaluación de los factores internos implica los aspectos que la asociación puede manejar, es decir lo que es interno. Para el desarrollo de esta herramienta se procedió a indicar las fortalezas y debilidades previamente analizadas, para luego proceder a determinar qué tan fuerte o débil es la Asociación

### **Conclusión**

Una vez realizado el análisis se evidencia que la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus nexos internamente es fuerte pero requiere de mejoras para disminuir las debilidades que obstruyen su bienestar.

### **Análisis Externo**

### **Oportunidades**

1. Implementar nuevas líneas de negocio

2. Incorporar proyectos de responsabilidad social
3. Implementar nueva tecnología
4. Diversas instituciones financieras que brindan facilidades para acceder a crédito
5. Apoyo de autoridades locales

### **Amenazas**

1. Inestabilidad económica
2. Políticas gubernamentales inestables
3. Tasas de interés altas
4. Incremento delincriminal

## **Estrategia 1**

### **Mantener a los socios**

Figura #2 mantener a los socios



Fuente: <https://www.diarioinformacion.com/benidorm/2017/08/20/socios-asumen-aumento-cuotas-mantener/1927951.html>

### **Objetivo**

Evitar que los socios abandonen el gremio o que disminuyan sus aportaciones, un socio insatisfecho se lo contara a 5 o 10 personas, amplificando el daño producido por un solo socio perdido.

### **Desarrollo**

- Compartir la visión y valores de la asociación
- Brindar un buen servicio de atención al socio

- Saber gestionar de forma eficaz las incidencias o quejas y ser capaces de dar una respuesta rápida a sus dudas.
- Tener una formación adecuada y contar con los recursos necesarios para satisfacer a los socios.

## **Estrategia 2**

### **Medios de comunicación**

Figura #3 medios de comunicación



Fuente:<https://comunicacion.umh.es/2016/03/21/estudiantes-de-periodismo-viajan-a-madrid-para-visitar-diversos-medios-de-comunicacion-nacionales/>

### **Objetivo**

Darse a conocer en los medios de comunicación local, como radio, prensa; mediante el redactado de varias notas de prensa en los que se presente las actividades que realiza la asociación como son las capacitaciones que reciben los socios.

### **Desarrollo**

- Aumentar la visibilidad de la asociación
- Determinar el tono del mensaje, mostrar personalidad tratar de no solamente difundir, sino conseguir credibilidad



- Influir en importantes personajes de la comunidad
  
- Mantener la concentración, si se desvía demasiado de los objetivos, se perderá la confianza y la atención de tu comunidad.

## Estrategia #3

### Visita a talleres

Figura #4 visita a talleres



Fuente: <https://www.elnorte.ec/ibarra/la-mecanica-un-oficio-artesanal-que-aun-perdura-ACEN12561>

### Objetivo

Visitar los talleres de los artesanos que aún no forman parte de la asociación.

### Desarrollo

- Dar a conocer el plan de afiliación con la finalidad de que este se vea más atractivo para los artesanos.
- Visualizar las necesidades que tienen los talleres para facilitar la captación de socios
- Promover el compromiso que tiene la asociación hacia el artesano.

## **Estrategia # 4**

### **Estrategia de crecimiento**

Figura #5 estrategia de crecimiento



Fuente:<https://diariocorreo.pe/economia/crece-el-interes-en-capacitar-personal-3764/>

### **Objetivo**

Capacitar a los socios para mejorar el nivel de conocimientos.

### **Desarrollo**

- Identificar los temas a tratar previamente analizados según su importancia y beneficios.
- Llegar hasta las personas que posiblemente se encuentren interesadas en formar parte de la Asociación para motivarlos a que se integren a ella.

- Compartir toda la información recibida hacia los miembros de la asociación.
- Participar activamente en las reuniones convocadas.
- Empoderarse de las actividades desarrolladas en la asociación de artesanos.

## **Estrategia # 5**

### **Capacitación de socios**

Figura #6 Capacitación a los socios



Fuente: <http://www.mipuntodevista.com.mx/mas-trabajadores-beneficiados-a-traves-del-programa-capacitar/>

#### **Objetivo**

Contribuir al enriquecimiento de conocimientos mediante temas relacionados a su actividad principal para mejorar el desarrollo y productividad fomentando el liderazgo en la Asociación de Artesanos mediante la capacitación.

#### **Desarrollo**

- Adquirir conocimientos de nuevas formas de desarrollar su trabajo.
- Estar al día en el conocimiento de temas legales para el desarrollo de sus actividades.
- Agilizar los procesos de toma de decisiones al contar con nuevos conocimientos que faciliten el entendimiento de temas expuestos.

- Crear el clima apropiado.
- Creando condiciones para el diálogo.

## **Estrategia # 6**

### **Programa de Responsabilidad Social Empresarial**

Figura #7 Programa de responsabilidad social



Fuente: <http://www.comunidadism.es/agenda/sostenibilidad-responsabilidad-social-y-ods-en-las-organizaciones-industriales-sostenibles-y-solidarias>

#### **Objetivo**

Cumplir con el compromiso de ser amigables con el medio ambiente mediante actividades que permitan actuar responsablemente.

#### **Desarrollo**

- Mejorar la calidad de vida de la población

- Crear una cultura de conservación del medio ambiente
  
- Concientizar a la comunidad en general que preservar el medio en el que se desenvuelven no solo es responsabilidad de las grandes empresas sino de todos los seres humanos.



## **Estrategia #7**

### **Analizando necesidades**

Figura #8 Analizando necesidades



Fuente:<https://www.eluniverso.com/noticias/2017/07/31/nota/6307255/regeneracion-pone-alertaa-mecanicos>

#### **Objetivo**

Conocer las necesidades del artesano.

#### **Desarrollo**

- Analizar los requerimientos e inquietudes de los posibles nuevos socios.
- Hacer una encuesta para conocer las dudas y miedos que son comunes en los artesanos.
- Mantener una comunicación abierta con el artesano donde él pueda notar el interés que se tiene por ayudarlo y que sea parte de nuestra asociación.

## Estrategia # 8

### El método de la cadena

Figura #9 El método de la cadena



Fuente: <https://www.obs-edu.com/es/blog-project-management/cadena-critica/los-buffers-y-su-gestion-el-lado-mas-solido-del-metodo-de-la-cadena-critica>

#### Objetivo

Obtener un mayor número de artesanos.

#### Desarrollo

- Pedir a cada socio que capte a otro socio o dé el nombre y la dirección de alguien que podría estar interesado en formar parte del grupo.
- Visitar a estas personas o se les envía una carta solicitándoles su asistencia a la asociación.

## **Estrategia # 9**

### **Los actos públicos**

Figura #10 Los actos públicos



Fuente: <http://www.uileam.edu.ec/casa-abierta-en-la-facultad-de-agropecuaria/>

#### **Objetivo**

Atraer nuevos socios por medio de reuniones, encuentros o actos públicos.

#### **Desarrollo**

- Motivar a los posibles socios para que se comprometan con el grupo.
- Resaltar siempre los beneficios que la asociación ofrece a los artesanos.
- Asegurarse que todas las dudas que tengan los artesanos sean respondidas.

#### **4.4. RESULTADOS ESPERADOS DE LA ALTERNATIVA**

Luego de la aplicación de la propuesta se espera:

Una planificación adecuada dentro de la asociación para que los beneficios, ventajas y respaldo hacia los artesanos estén claros y los socios asistan con entusiasmo, se note el compromiso en ellos y los que aún no están afiliados tengan alternativas para poder ser parte de esta institución que fue creada por ellos y para ellos ya que se encarga de pelear por sus beneficios derechos y deberes.

- Darles a conocer a una gran cantidad de artesanos de la ciudad para que recuerden sus derechos, se amen como personas, eleven su autoestima y tengan una mejor calidad de vida, pensando en la unidad, porque los grupos organizados son supremamente fuertes siempre que esta unidad sea sólida, fuerte y bien consolidada.
  
- Conservar una administración basada en liderazgo y comunicación efectiva el cual permita que los socios y directivos trabajen de manera conjunta para alcanzar los objetivos, basados en valores de la asociación
  
- Comprometer a los nuevos socios el compromiso y crecimiento de la asociación que se cultive el don de pertenencia y valores cooperativos, dignos de la organización a la que pertenecen.

## BIBLIOGRAFÍA

- Centrum. (7 de marzo de 2017). *RPP Noticias*. Recuperado el 16 de mayo de 2018, de <http://rpp.pe/campanas/branded-content/como-mantener-una-buena-relacion-con-tus-socios-noticia-1035394>
- Amaru, C. (2014). *Administración para emprendedores*. México D.F.: pearson educación.
- Anderson, T. (11 de Abril de 2013). *Ehow en español*. Obtenido de [http://www.ehowenespanol.com/derechos-deberes-obligaciones-socios-info\\_263041/](http://www.ehowenespanol.com/derechos-deberes-obligaciones-socios-info_263041/)
- Andrade, J. B. (2011). *El artesano calificado y sus beneficios*. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/128235431.pdf>.
- Asociación empresarial . (29 de agosto de 2013). *AE.ORG*. Obtenido de <http://asociacionempresarial.org/como-ganar-nuevos-asociados-socios-miembros>
- Banco Popular Dominicano. (26 de Octubre de 2015). *Popular*. Obtenido de <https://www.impulsapopular.com/finanzas/que-es-un-proceso-administrativo-2/>
- Benavides, C. L. (marzo de 2011). *Universidad Politecnica Salesiana sede Quito*. Obtenido de <file:///C:/Users/ADMIN-MINEDUC/Downloads/UPS-QT02193.pdf>
- Bolunta. (6 de Marzo de 2006). *Bolunta*. Obtenido de <http://www.bolunta.org/manual-gestion/personas4a.asp>
- Buxedas, M. A. (2015). Exclusión social y mercado de trabajo. . *Centro Interdisciplinario de Estudios Sobre el Desarrollo*.
- Cabrera, A. B. (Marzo de 2012). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/176/3/T-UCE-0003-2.pdf>
- Calvet, M. D., & Martinez, M. (2012). *El plan de acción hacia la Igualdad de Oportunidades: una estrategia de la empresa en la Responsabilidad Social Corporativa*. *Corporate Social Responsibility*, 441-446.
- Castillo, I. (7 de Septiembre de 2017). *Lifeder*. Recuperado el 20 de Mayo de 2018, de <https://www.lifeder.com/beneficios-planeacion-estrategica/>
- Cepal. (2014). *Enfoque de género en las instituciones laborales y las políticas del mercado de trabajo en América Latina*. Santiago: Naciones Unidas.
- Chirinos, C. (4 de Noviembre de 2016). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/desafios-retos-la-planificacion-estrategica/>
- Christ, K. (1 de Febrero de 2018). *Cuida tu dinero*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13128543/importancia-de-la-planificacion-estrategica-en-las-empresas>
- Colón, R. D., & Rodríguez, S. Á. (2009). *Planeación estratégica*. El Cid Editor.
- Copa, L. (4 de Marzo de 2014). *Academia*. Recuperado el 11 de junio de 2018, de [http://www.academia.edu/6230019/PRINCIPIOS\\_B%C3%81SICOS\\_DE\\_PLANIFICACION\\_ESTRATEGICA](http://www.academia.edu/6230019/PRINCIPIOS_B%C3%81SICOS_DE_PLANIFICACION_ESTRATEGICA)

- Córdoba, M. (2014). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- De Conceptos. (25 de diciembre de 2011). *De Conceptos*. Obtenido de <https://deconceptos.com/general/captacion>
- Definicion.de. (7 de Mayo de 2014). <http://definicion.de/asociacion/>. Obtenido de <http://definicion.de/asociacion/>
- Destino negocios. (25 de marzo de 2015). *Movistar*. Obtenido de <https://destinonegocio.com/ec/emprendimiento-ec/como-disenar-una-planificacion-estrategica-exitosa/>
- Equipo de Consultoria. (5 de mayo de 2017). *Grupo Albe*. Obtenido de <http://www.grupoalbe.com/planeacion-estrategica-2/>
- Faus, M. (11 de marzo de 2014). *vLEX*. Obtenido de <https://practico-sociedades.es/vid/socios-401604522>
- Finanzas II. (26 de Febrero de 2015). *Finanzas II*. Obtenido de <https://finanzas2univia.wordpress.com/2015/02/26/fallas-en-la-planeacion-estrategica/>
- Formichella, M. M. (2012). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. . Buenos Aires: Inta.
- Giving International. (11 de Octubre de 2017). *Giving International*. Recuperado el 11 de Junio de 2018, de <http://givinginternational.es/estrategias-de-exito-para-captar-socios/>
- Gonzalez, A. (1 de mayo de 2017). *Magenta*. Obtenido de <http://magentaig.com/como-funciona-planificacion-estrategica/>
- Granda, B. V. (20 de noviembre de 2017). *Herramientas empresariales*. Obtenido de <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Accesoamercados/BibliotecaServicioalCliente/Planeacionestrategicaparaelservicioalcliente.aspx>
- Hernández, Z. T. (2014). *Administración estratégica*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Informe Academico. (14 de febrero de 2000). *Planeacion, planeacion, planeacion*. Servicios Editoriales Sayrols S.A. de C.V. Obtenido de [http://link.galegroup.com/apps/doc/A60881919/GPS?u=utb\\_cons&sid=GPS&xid=8ab525f9](http://link.galegroup.com/apps/doc/A60881919/GPS?u=utb_cons&sid=GPS&xid=8ab525f9).
- Kotler, P. (. (2001). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.
- Lara, P. (18 de Febrero de 2013). *Dirección empresarial*. Obtenido de <https://pedrolarav.com/2013/02/18/limitaciones-en-la-planeacion-estrategica/>
- Larrea, C. (2014). *Pobreza, dolarización y crisis en el Ecuador*. . Editorial Abya Yala.
- López, M. D., & Marín, L. J. (1 de Enero de 2011). *Ebrary*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utbabsp/reader.action?docID=3198629&query=>
- Maldonado, D. G. (2007). *Escuela Politecnica Nacional*. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/2084/1/CD-0601.pdf>
- Merlinsky, G., & Rofman, A. (2015). *Los programas de promoción de la economía social: ¿ una nueva agenda para las políticas sociales?. FHForni (comp.). Caminos solidarios de la economía argentina. Redes innovadoras para la integración*. Buenos Aires: : Ciccus.

- Mezzera, J. (2014). Abundancia como efecto de la escasez. Oferta y demanda en el mercado laboral urbano. *Nueva Sociedad*, 90, 106-117.
- Morales, J., Morales, A., & Adam, J. (2015). *Proyecto de inversión, evaluación y formulación*. México: Mc Graw Hill.
- Pazos, M. &. (2016). *Desarrollo Local en Territorios De Fronteras*. Editorial: Universidad de Huelva .
- Perez, O. (31 de marzo de 2016). *People next*. Obtenido de <https://blog.peoplenext.com.mx/6-consejos-para-la-planeacion-estrategica-de-tu-empresa>
- Plataforma Tecnológica para la gestión de la excelencia. (14 de noviembre de 2015). *Isootools*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/11/14/7-errores-mas-comunes-al-realizar-una-planeacion-estrategica/>
- Ramió, C. (17 de agosto de 2016). *Lavanguardia*. Obtenido de <http://www.lavanguardia.com/economia/management/20160817/403971744641/tres-metodos-planificacion-estrategica-administracion.html>
- Ramos, B., & Sánchez, C. (2013). *Planificación Estratégica como método de gestión pública: experiencias en la administración española*. España: Editorial: Composiciones RALI S.A.
- Raquel Ayestaran, C. R. (2016). *Planificación estratégica y gestión de la publicidad*. Madrid: ESIC Editorial.
- Reyes, Y. (. (2011). *Mujer, pobreza y emprendimiento experiencias claves para la superación*. . (Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica de Chile). Recuperado de [http://www.academia.edu/4796131/Tesis\\_de\\_Mag%C3%ADster\\_Mujer\\_Pobreza\\_y\\_Emprendimien](http://www.academia.edu/4796131/Tesis_de_Mag%C3%ADster_Mujer_Pobreza_y_Emprendimien)
- Riquelme, M. (8 de mayo de 2017). *Web y Empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/que-es-la-planificacion/>
- Riquelme, M. (18 de octubre de 2017). *Web y Empresas*. Obtenido de <https://rc-consulting.org/blog/2014/10/niveles-en-la-planificacion-estrategica/>
- Robles, F. (24 de julio de 2017). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/etapas-proceso-administrativo/>
- Rodríguez, V. (2010). *Las instituciones públicas y la inserción laboral de personas con discapacidades en el cantón Santa Elena en el año 2010. (Tesis de Licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena)*. Recuperado de <http://repositorio.up>
- Rotary. (21 de Julio de 2017). *Rotary*. Obtenido de <https://portal.clubrunner.ca/7988/stories/captaci%C3%B3n-de-nuevos-socios>
- Ruiz, R. (2016). *Historia y pensamiento del pensamiento científico*. México: Díaz de Santos.
- Salazar, H. Z. (2005). *Planeación estratégica aplicada a cooperativas y demás formas asociativas y solidarias*. Medellín: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Schumpeter, J. (2010). *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico*. . México: Fondo de cultura económica.

- Sinnaps. (10 de Abril de 2017). *Sinnaps*. Obtenido de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/proceso-de-planificacion>
- Teddy, L. (2018). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/15953592/NATURALEZA-Y-ALCANCE-DE-LA-PLANEACION-ESTRATEGICA>
- Valda, J. (22 de Febrero de 2014). *Grandes Pymes*. Obtenido de <https://jcvalda.wordpress.com/2014/02/22/los-4-pilares-de-una-buena-estrategia-empresarial/>
- Werther, W., & Davis, K. (2014). *Administración de personal y recursos humanos*. México D.F.: McGraw Hill.
- Werther, W., & Davis, K. (2015). *Administración de recursos humanos*. México: McGraw Hill.
- Wikipedia. (6 de Enero de 2015). *Wikipedia*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Artesano>
- Wordpress. (9 de abril de 2016). *Wordpress*. Obtenido de <https://usabilidaddelaplaneacionestrategicaenelmercado.wordpress.com/2016/04/09/principios-de-la-planeacion/>



# **ANEXOS**

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

### SESIONES DE TRABAJO TUTORIAL

**Nombre de Egresado/estudiante:** Andrea Isabel Vera Mejía

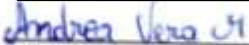

**Nombre del Tutor:** Ing. Alicia Corina Enriquez Cuadro MSc.

**Tema de investigación:**

“Planeación estratégica y su incidencia en la captación de nuevos socios en la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus Anexos de Babahoyo provincia Los Ríos”.



### PRIMERA SESIÓN DE TRABAJO

Fecha: 12 de septiembre del 2018

Resultados generales alcanzados	Actividades realizadas	Firma del tutor y del estudiante
Se corrigieron las observaciones hechas por el tribunal de sustentación de proyecto.	Se analizaron todas las sugerencias.  Se realizaron las respectivas correcciones.	 Andrea Vera Mejía Estudiante   Ing. Alicia Enriquez Cuadro MSc. Tutora

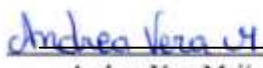

### SEGUNDA SESIÓN DE TRABAJO

Fecha: 21 de septiembre del 2018

Resultados generales alcanzados	Actividades realizadas	Firma del tutor y del estudiante
Elaboración del cuestionario de preguntas a ser utilizadas en las encuestas o entrevistas.	Se analizaron y elaboraron las preguntas.  Se hicieron los documentos para receptor la información.	 Andrea Vera Mejía Estudiante   Ing. Alicia Enriquez Cuadro MSc. Tutora

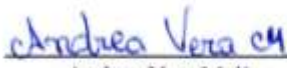

### TERCERA SESIÓN DE TRABAJO

Fecha: 26 de septiembre del 2018

Resultados generales alcanzados	Actividades realizadas	Firma del tutor y del estudiante
Se procesaron los datos obtenidos para sacar la información organizada de verificación de las hipótesis.	Se realizó la tabulación de los datos y se obtuvieron los gráficos.  Se hizo un análisis de interpretación de los datos correspondientes.	 Andrea Vera Mejia Estudiante   Ing. Alicia Enriquez Cuadro MSc.

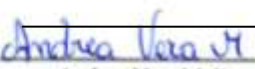

### CUARTA SESIÓN DE TRABAJO

Fecha: 16 de octubre del 2018

Resultados generales alcanzados	Actividades realizadas	Firma del tutor y del estudiante
Se lograron sacar las conclusiones y recomendaciones respectivas.  Se definió el título y se preparó la propuesta de resolución del problema investigado.	Se analizaron los resultados obtenidos y de cada una de ellos se elaboraron sus conclusiones.  De las conclusiones se elaboraron recomendaciones que dieron origen a una idea básica de presentar una propuesta alternativa.	 Andrea Vera Mejia Estudiante   Ing. Alicia Enriquez Cuadro MSc.

## QUINTA SESIÓN DE TRABAJO

Fecha: 7 de noviembre del 2018

Resultados generales alcanzados	Actividades realizadas	Firma del tutor y del estudiante
<p>Se elaboró la propuesta alternativa de manera general</p> <p>Se tiene listo el informe final para ser sustentado.</p>	<p>Se determinó los resultados esperados con la alternativa presentada.</p> <p>Se hizo el documento de sustentación.</p>	<p> Andrea Vera Mejia Estudiante</p> <p> Ing. Alicia Enriquez Cuadro MSc.</p>

## Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente formula estadística:

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

Datos:

n= muestra

N= población

E= margen de error

$n = \frac{104}{0.052^2(102 - 1) + 1}$	$n = \frac{104}{0.0027(101) + 1}$
$n = \frac{104}{0.2727 + 1}$	$n = \frac{104}{1.2727}$

n= 82 socios

## Encuesta dirigida a los Socios

### Pregunta # 1

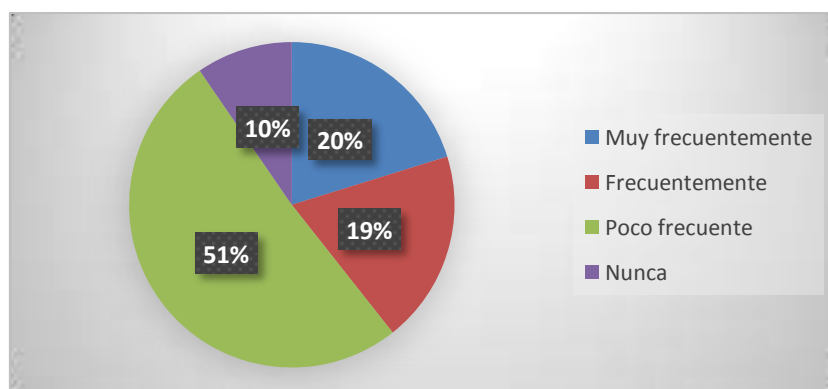
¿Cree usted que se están utilizando las estrategias adecuadas para captar nuevos socios?

#### Estrategias adecuadas

Tabla #1 Socios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	19	20%
Frecuentemente	18	19%
Poco frecuente	48	51%
Nunca	9	10%
TOTAL	94	100%

Gráfico #1 Socios



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al preguntar **Cree usted que se están utilizando las estrategias adecuadas para captar nuevos socios**, el 10% manifestó que nunca, el 20% muy frecuentemente, el 19% frecuentemente y el 51% tenemos que muy frecuentemente. A manera general se puede decir que el cambio puede existir, solo depende de que los socios y sus directivos tengan la convicción de que así será.

## Pregunta # 2

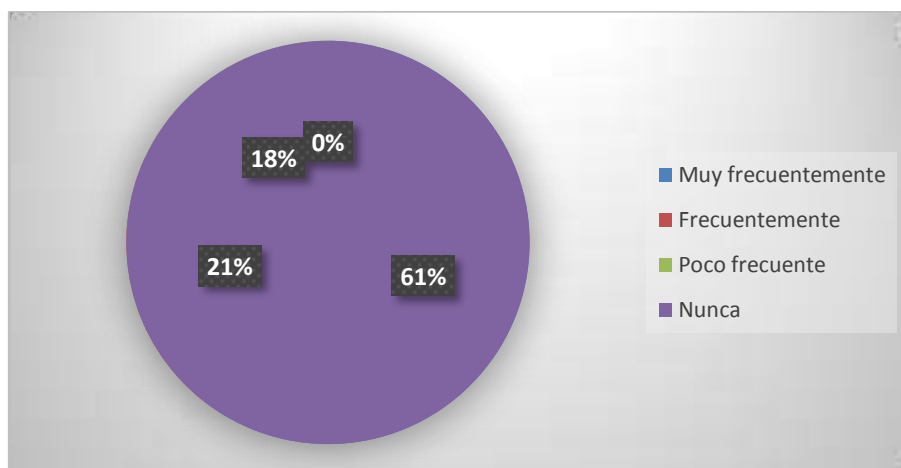
¿Participan los socios en la toma de decisiones?

### Toma de decisiones

Tabla #2 Socios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	57	61%
Frecuentemente	20	21%
Poco frecuente	17	18%
Nunca	0	0%
TOTAL	94	100%

Gráfico #2 Socios



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al hacer la pregunta correspondiente, podemos notar la respuesta conforme a la situación actual de los miembros de la cooperativa dentro de ésta. Donde no hay un porcentaje para nunca, el 18% manifiesta que poco frecuente se participa de la toma de decisiones, el 21% lo hace a manera frecuente y el 61% muy frecuente.

### Pregunta # 3

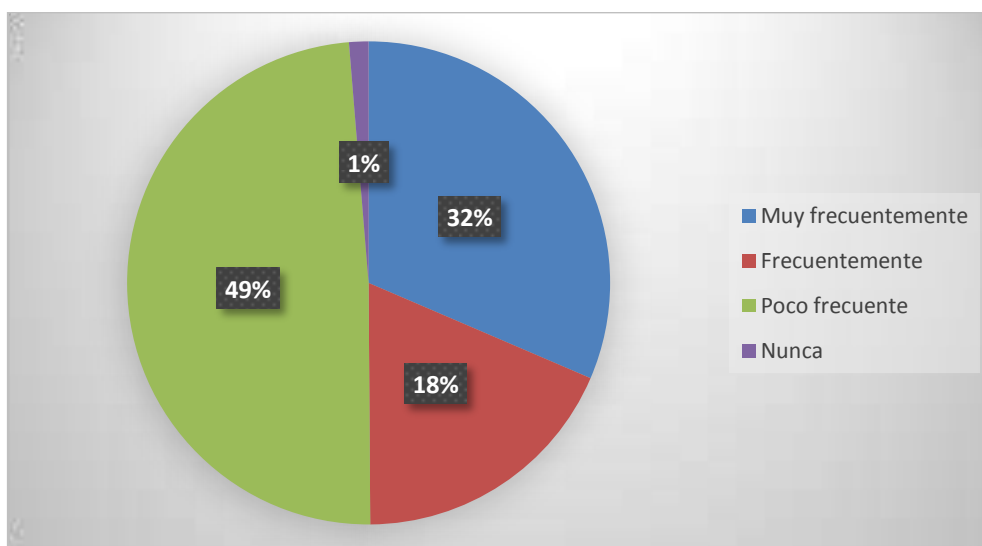
¿Cree usted que la Asociación necesita adecuar sus instalaciones?

#### Adecuar sus instalaciones

Tabla #3 Socios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	29	32%
Frecuentemente	17	18%
Poco frecuente	45	49%
Nunca	3	1%
TOTAL	94	100%

Gráfico #3 Socios



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al preguntar **Cree usted que la Asociación necesita adecuar sus instalaciones**, el 1% manifestó que nunca, el 32% muy frecuentemente, el 18% dijo que frecuentemente y el 49% vemos que se manifestó poco frecuente.



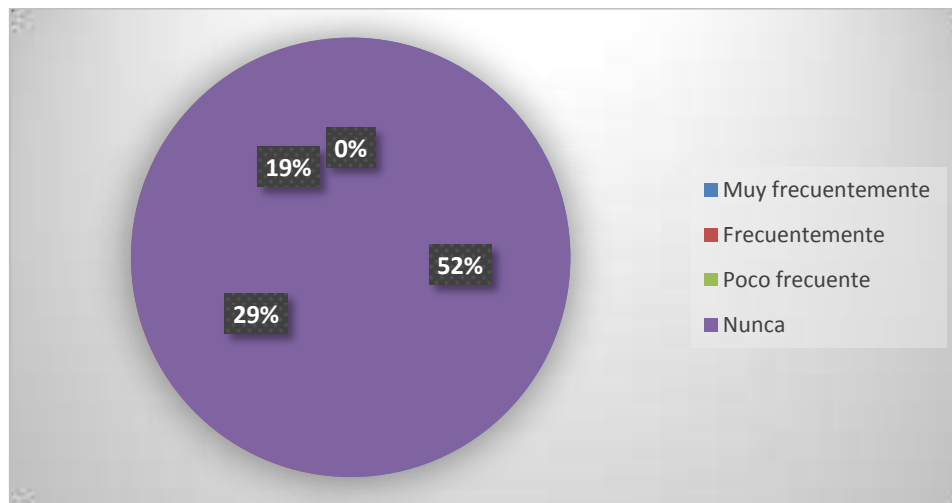
**Pregunta # 4: ¿Considera usted que se deben realizar capacitaciones gratuitas para captar nuevos socios?**

### Capacitaciones gratuitas

**Tabla #4 Socios**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Muy frecuentemente</b>	<b>49</b>	<b>52%</b>
<b>Frecuentemente</b>	<b>27</b>	<b>29%</b>
<b>Poco frecuente</b>	<b>18</b>	<b>19%</b>
<b>Nunca</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

**Gráfico #4 Socios**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Capacitar forma parte de los incentivos institucionales es por ello que al preguntar **Considera usted que se deben realizar capacitaciones gratuitas para captar nuevos socios**, no existe un porcentaje para nunca, el 19% se inclina por una capacitación poco frecuente, el 29% frecuentemente, el 52% muy frecuentemente.

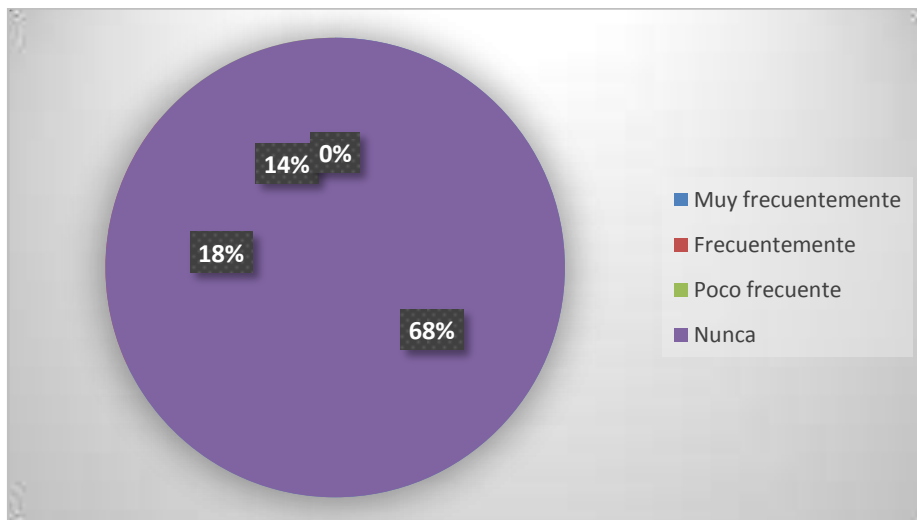
### Pregunta # 5: ¿Existe un ambiente agradable entre socios?

#### Ambiente agradable

Tabla #5 Socios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	64	68%
Frecuentemente	17	18%
Poco frecuente	13	14%
Nunca	0	0
TOTAL	94	100%

Gráfico #5 Socios



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al hacer la pregunta correspondiente, podemos notar la respuesta conforme a la situación actual de los miembros de la asociación dentro de ésta. Donde no existe un porcentaje para nunca, el 14% manifiesta que poco frecuente, el 18% lo hace a manera frecuente y el 68% muy frecuentemente.

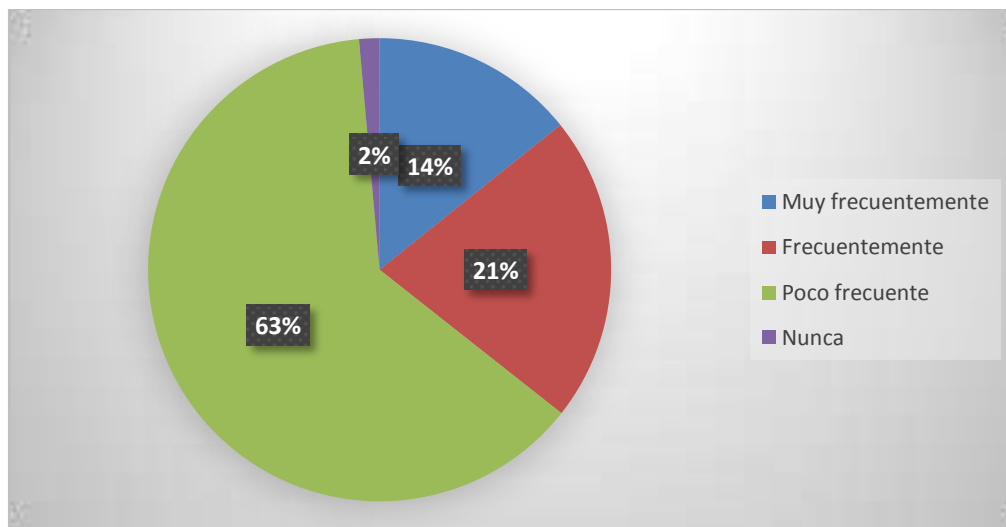
**Pregunta # 6: ¿Conoce los beneficios que le ofrece la Asociación?**

**Beneficios**

**Tabla #6 Socios**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy frecuentemente	12	14%
Frecuentemente	18	21%
Poco frecuente	53	63%
Nunca	11	2%
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

**Gráfico #6 Socios**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al hacer la pregunta **Conoce los beneficios que le ofrece la Asociación**, vemos los resultados representados de la siguiente manera: El 2% nunca, el 14% muy frecuentemente, el 21% frecuentemente y el 63% poco frecuente.

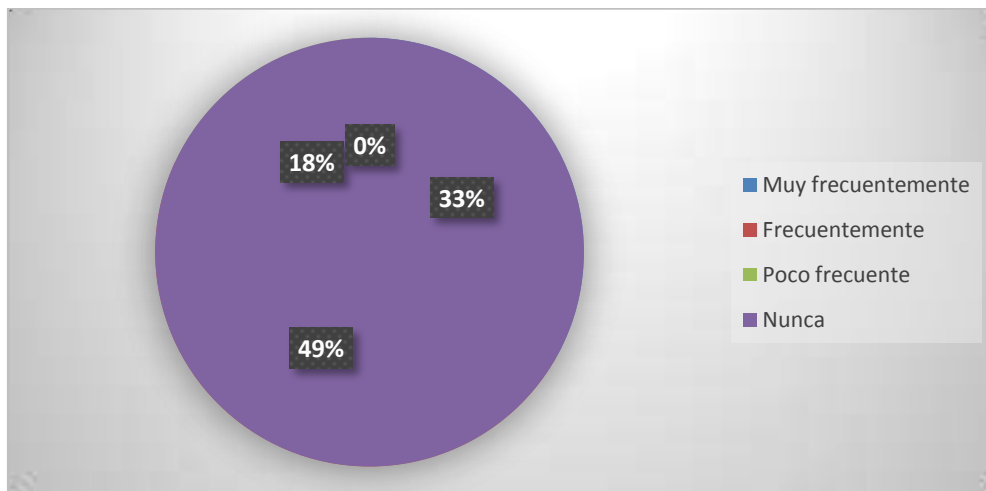
**Pregunta # 7: ¿Cree usted que la directiva está realizando un buen trabajo?**

**Buen trabajo**

**Tabla #7 Socios**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy frecuentemente	31	33%
Frecuentemente	46	49%
Poco frecuente	17	18%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

**Gráfico #7 Socios**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al preguntar si la directiva está realizando un buen trabajo, podemos observar que no existe un porcentaje para la opción nunca, el 33% aduce que lo hace muy frecuentemente, el 18% poco frecuente y el 49% frecuentemente.

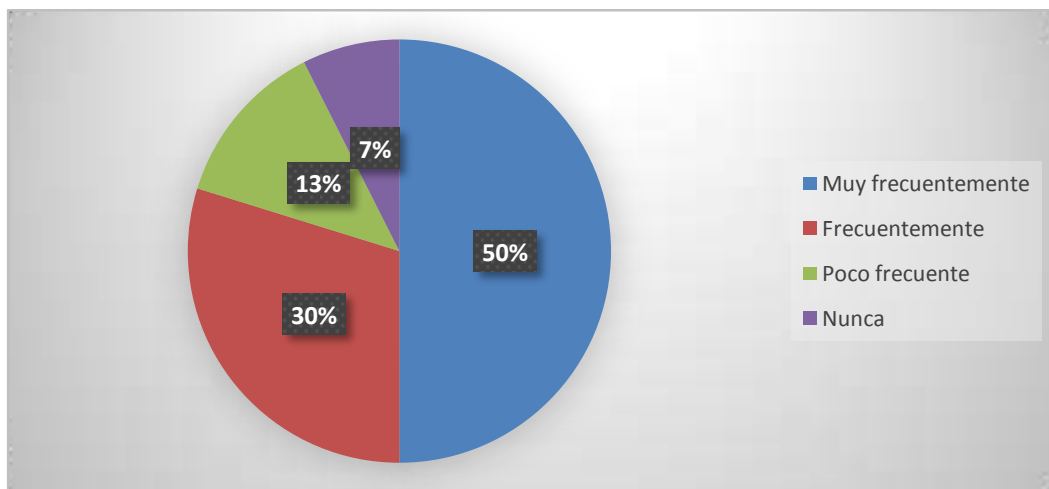
**Pregunta # 8: ¿Está de acuerdo con los requisitos para ser socio de la Asociación?**

**Requisitos para ser socio**

**Tabla #8 Socios**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	47	50%
Frecuentemente	28	30%
Poco frecuente	12	13%
Nunca	7	7%
TOTAL	94	100%

**Gráfico #8 Socios**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Como es representativo el cuadro, nos damos cuenta que los requisitos para ser socios de la asociación aparte de ser necesarios e indispensables su estructura forma parte de la mayoría de sus integrantes. El 7% asegura que nunca, el 13% poco frecuente, el 30% frecuentemente y el 50% muy frecuentemente.

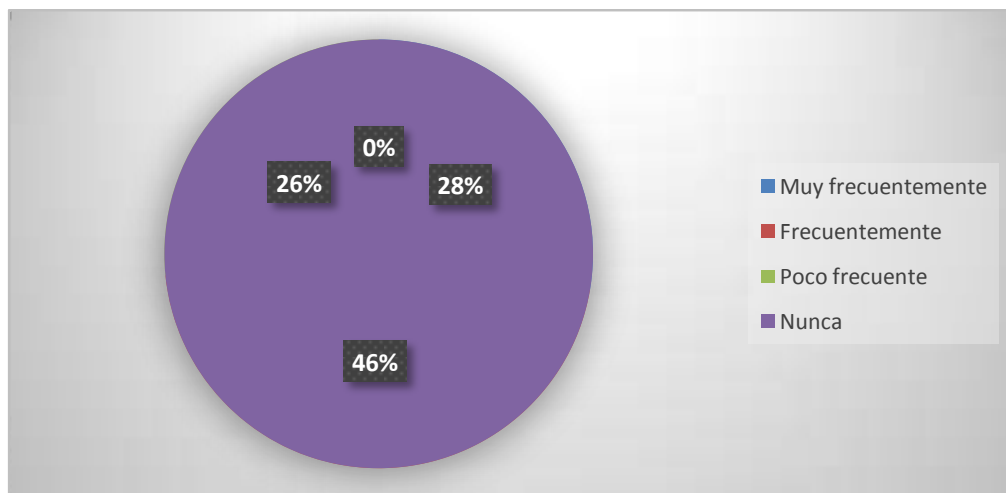
**Pregunta # 9: ¿La información y comunicación transmitida por la directiva hacia los socios es clara y efectiva?**

### Comunicación clara y efectiva

**Tabla #9 Socios**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy frecuentemente	26	28%
Frecuentemente	43	46%
Poco frecuente	25	26%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

**Gráfico #9 Socios**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** En la siguiente pregunta, vemos que la comunicación que se trasmite de manera lineal no es clara en su totalidad y esa es una de las mejores características que debe tener una organización para llegar a cumplir sus metas y objetivos. No existe ningún porcentaje para la opción nunca, el 26% poco frecuente, el 28% muy frecuente y el 46% frecuentemente.

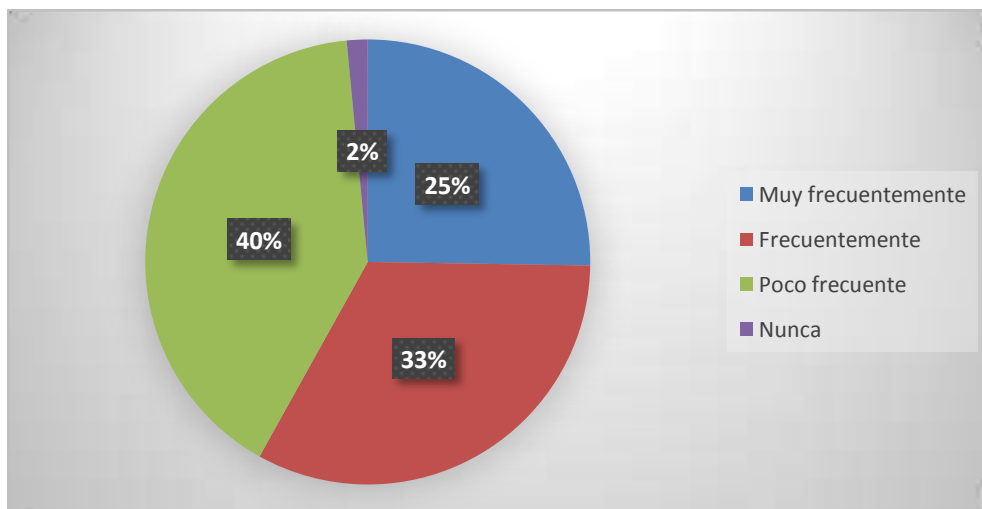
## Pregunta # 10: ¿Aporta con las mensualidades de la asociación?

### Aportación de mensualidades

Tabla #10 Socios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	20	25%
Frecuentemente	26	33%
Poco frecuente	32	40%
Nunca	16	2%
TOTAL	94	100%

Gráfico #10 Socios



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Una de las formas que tiene para subsistir una organización es en base a cuotas o alícuotas definidas en conjunto por los miembros integrantes, las cuales deben cumplir, de lo contrario, empiezan a decaer sus intenciones por progresar. Se obtuvo 25% para muy frecuente, el 2% asegura que nunca, el 33% frecuentemente y el 40% poco frecuente.

## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DIRECTIVOS

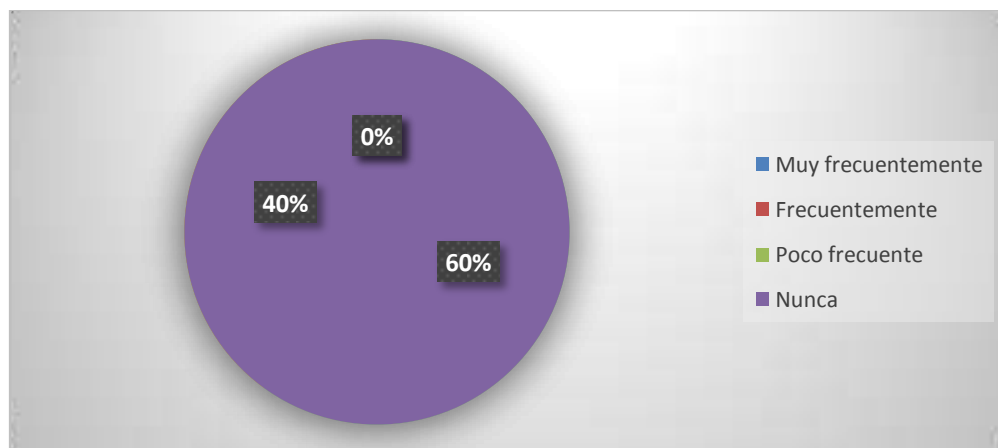
**Pregunta # 1: ¿Cree usted que está utilizando las estrategias adecuadas para captar nuevos socios?**

### Estrategias adecuadas

**Tabla #11 Directivos**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	6	60%
Frecuentemente	4	40%
Poco frecuente	0	0%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Gráfico #11 Directivos**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al encuestar a 10 socios obtuvimos los siguientes resultados; 6 de ellos dijeron que las estrategias para captar nuevos socios se dan muy frecuentemente, mientras 4 defendieron que lo hacían frecuentemente. Estos resultados equivalen al 40% y 60% respectivamente.



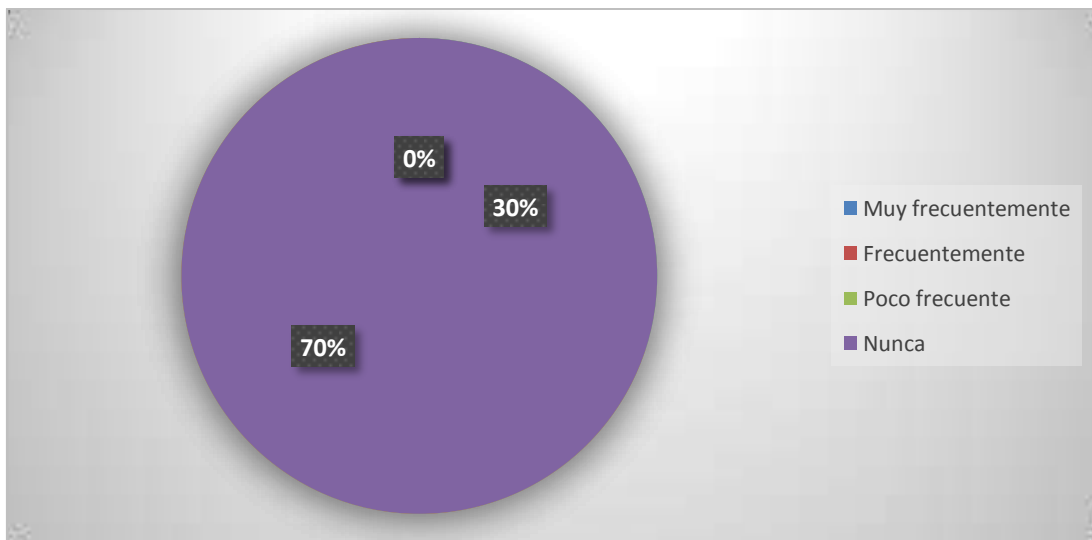
## Pregunta # 2: ¿Participan los socios en la toma de decisiones?

### Toma de decisiones

Tabla #12 Directivos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	3	30%
Frecuentemente	7	70%
Poco frecuente	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	10	100%

Gráfico #12 Directivos



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

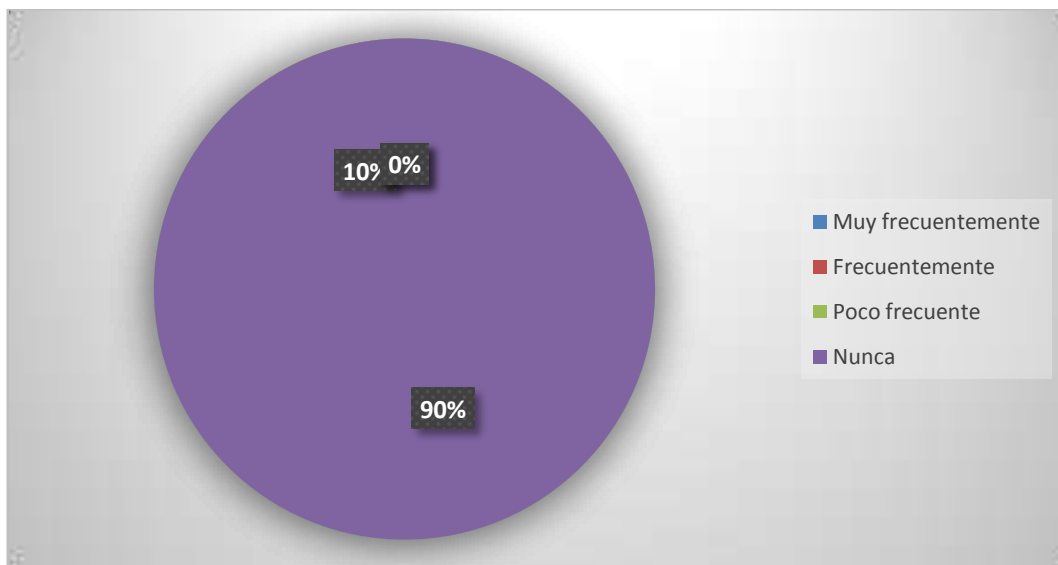
**Análisis e Interpretación:** Al hacer la pregunta, 30% de los encuestados respondieron que lo hacían muy frecuentemente y el 70% dio a conocer que los socios participan frecuentemente en la toma de decisiones.

**Pregunta # 3: ¿Cree usted que la Asociación necesita adecuar sus instalaciones?**

**Tabla #13 Directivos**

<b>RESPUESTA</b>	<b>ENCUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy frecuentemente	9	90%
Frecuentemente	1	10%
Poco frecuente	0	0
Nunca	0	0
<b>TOTAL:</b>	10	100%

**Gráfico #13 Directivos**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Como notamos en el gráfico el 10% considera que deben continuar como hasta el momento y el 90% de los encuestados cree que las instalaciones deben remodelarse.

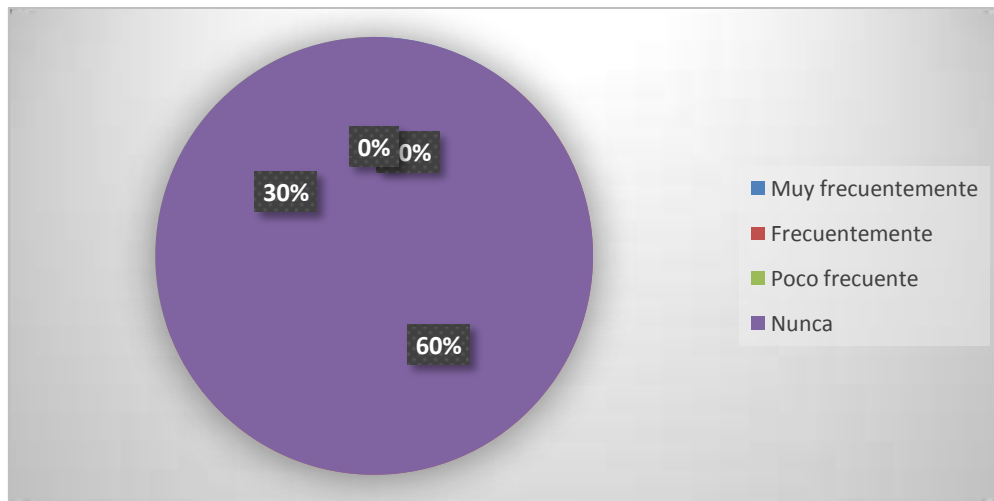
**Pregunta # 4: ¿Considera usted que tienen que realizar capacitaciones gratuitas para captar socios?**

### Capacitaciones gratuitas

**Tabla #14 Directivos**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	1	10%
Frecuentemente	6	60%
Poco frecuente	3	30%
Nunca	0	0%
TOTAL	10	100%

**Gráfico #14 Directivos**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al preguntar considera usted que tienen que realizar capacitaciones gratuitas para captar socios, EL 10% de los encuestados en la asociación considera que las capacitaciones deben ser muy frecuentemente, un 30% cree que se da poco frecuente las capacitaciones gratuitas para captar socios, y el 60% dice que se deben dar de manera frecuente.

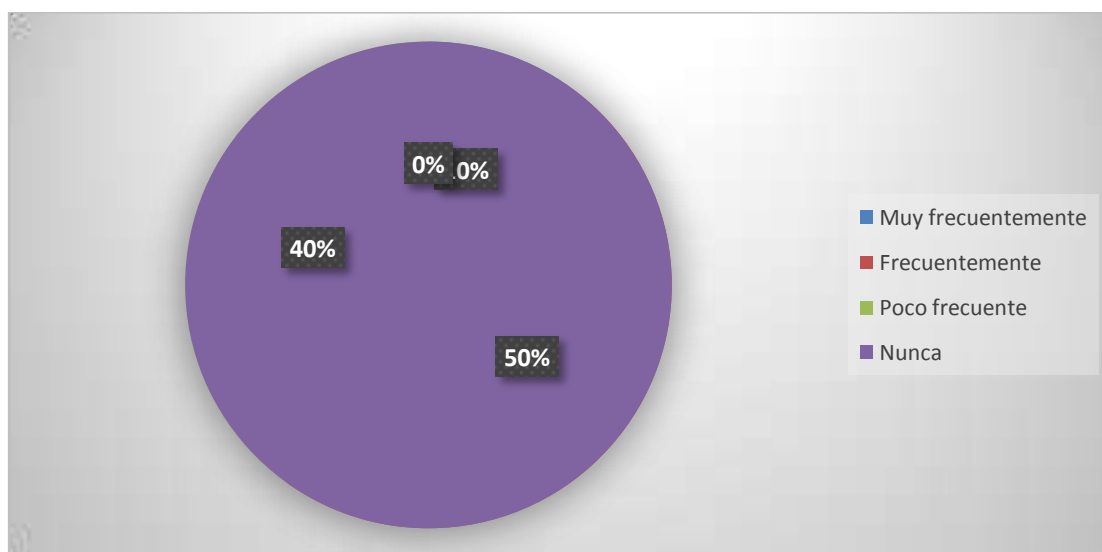
**Pregunta # 5: ¿Conocen los socios los beneficios que ofrece la asociación?**

**Beneficios**

**Tabla #15 Directivos**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	1	10%
Frecuentemente	5	50%
Poco frecuente	4	40%
Nunca	0	0%
TOTAL	10	100%

**Gráfico #15 Directivos**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** Al preguntar si se conocía los beneficios que ofrece a la asociación un 10% afirmó que lo hacían muy frecuentemente, un 40% dijo que poco frecuente y un 50% frecuentemente.

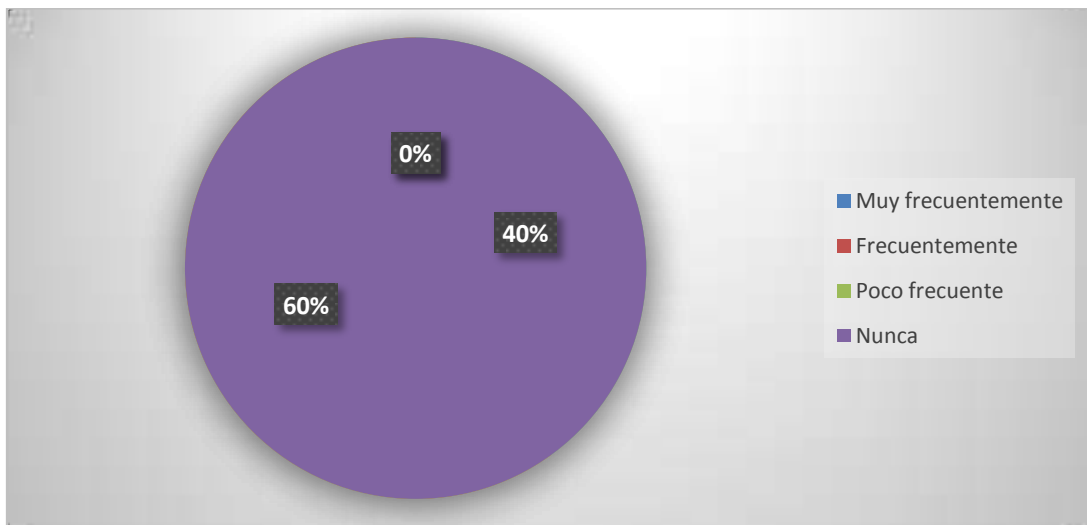
**Pregunta # 6: ¿Cree usted que está realizando un buen trabajo?**

**Buen trabajo**

**Tabla #16 Directivos**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	4	40%
Frecuentemente	6	60%
Poco frecuente	0	0%
Nunca	0	0%
TOTAL	10	100%

**Gráfico #16 Directivos**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e interpretación:** Al preguntar que si se realizaba un buen trabajo en la asociación un 40% dijo que se lo hacía muy frecuentemente y un 60% frecuentemente. Según la respuesta vemos cierto conformismo en la asociación.

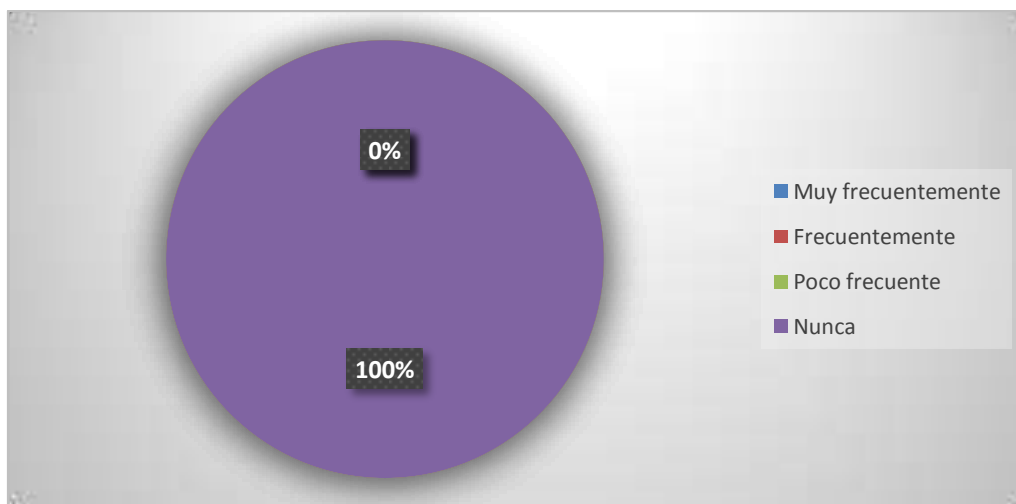
**Pregunta # 7¿La información y comunicación que se transmite hacia los socios es clara y efectiva?**

### Comunicación clara y efectiva

**Tabla #17 Directivos**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy frecuentemente	10	100%
Frecuentemente	0	0%
Poco frecuente	0	0%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Gráfico #17 Directivos**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e interpretación:** En su totalidad, los directivos coincidieron en sus respuestas, al asegurar que la información es clara y efectiva.

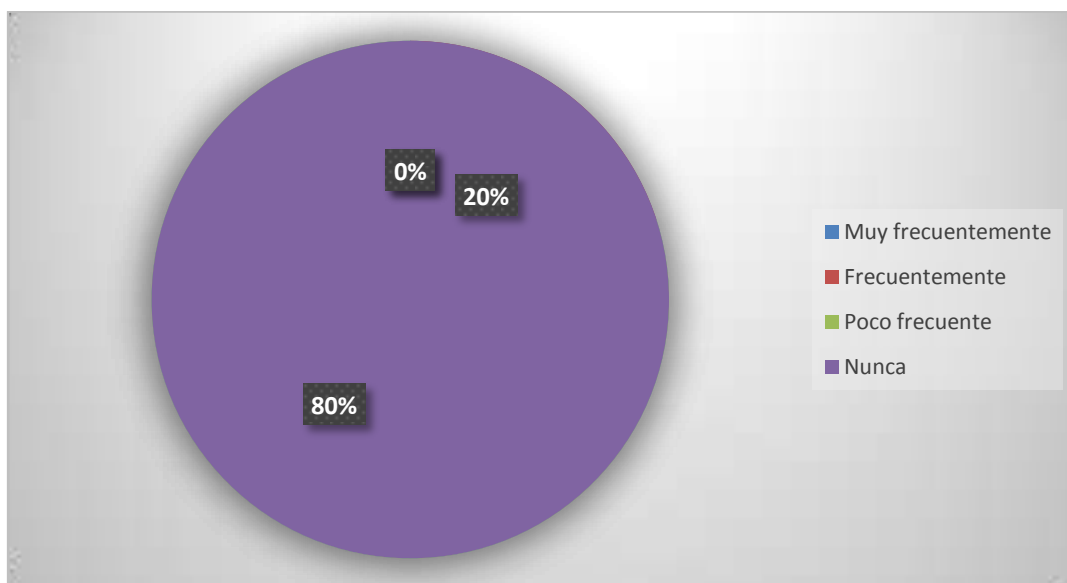
## Pregunta # 8: ¿Aportan todos los socios con sus mensualidades?

### Aportación de mensualidades

Tabla #18 Directivos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	0	0%
Frecuentemente	2	20%
Poco frecuente	8	80%
Nunca	0	0%
TOTAL	10	100%

Gráfico #18 Directivos



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** De las 10 personas un 20% afirmó que los socios aportan con sus mensualidades frecuentemente, mientras un 80% contestó que es poco frecuente.

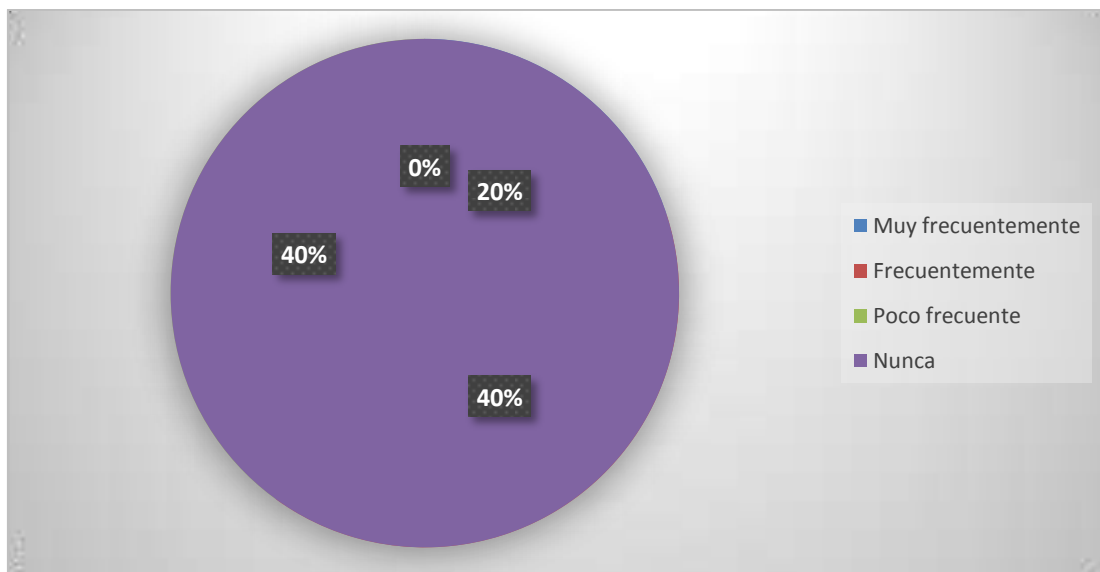
**Pregunta # 9: ¿Está de acuerdo con los requisitos para ser socio de la Asociación?**

**Requisitos para ser socio**

**Tabla #19 Directivos**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy frecuentemente	2	20%
Frecuentemente	4	40%
Poco frecuente	4	40%
Nunca	0	0%
Total	10	100%

**Gráfico #19 Directivos**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** El gráfico nos muestra la siguiente respuesta: el 20% se pronuncia por la opción muy frecuentemente, 40% por la opción frecuentemente, otro 40% por poco frecuente.



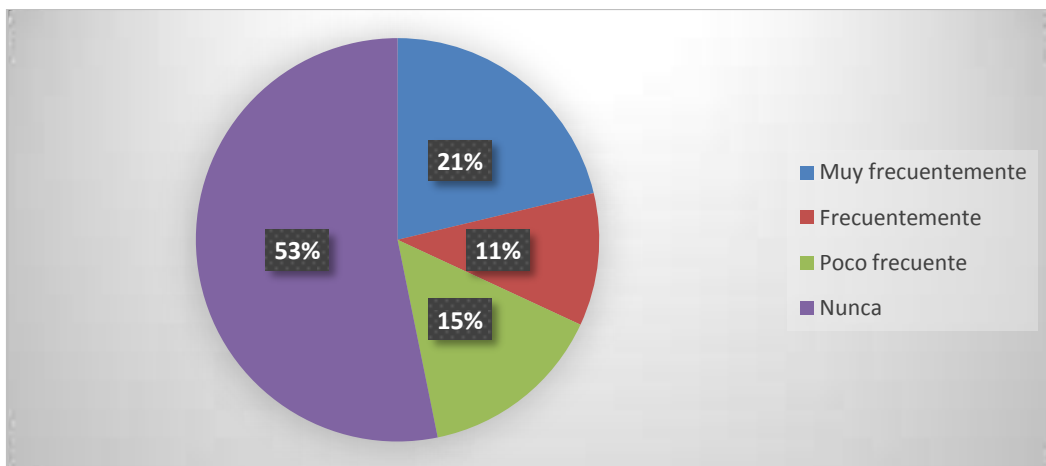
**Pregunta # 10: ¿Involucra a los socios en las decisiones de la asociación?**

**Toma de decisiones**

**Tabla # 20 Directivos**

<b>RESPUESTA</b>	<b>ENCUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Muy frecuentemente	2	20%
Frecuentemente	1	10%
Poco frecuente	2	20%
Nunca	5	50%
<b>TOTAL:</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Gráfico #20 Directivos**



Fuente: Asociación de Artesanos  
Elaboración: Andrea Vera Mejía

**Análisis e Interpretación:** El cuadro expuesto es claro, vemos el 20% como muy frecuentemente, el 10% frecuentemente, otro 20% poco frecuente y con un 50% vemos a la opción nunca, que es la que clarifica la situación y se evidencia la falta de comunicación que existe hacia los socios, esto influye mucho a la hora de pensar en la continuidad de la organización.

## FOTOGRAFIAS



Elaboración del cuestionario de preguntas a ser utilizadas en la encuesta.



Se realizó la tabulación de datos.



Análisis de interpretación de los datos correspondientes.



Se definió el título y se preparó la propuesta de resolución del problema investigado.

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>
¿Cómo incide la planeación estratégica en la captación de nuevos socios en la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus Anexos de Babahoyo, provincia de Los Ríos?	Determinar la incidencia de la planeación estratégica en la captación de nuevos socios en la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus anexos de Babahoyo, provincia de Los Ríos.	La Planeación estratégica incidirá en la captación de nuevos socios en la Asociación de Artesanos Mecánicos y sus anexos de Babahoyo, provincia de Los Ríos.	Planeación estratégica	Captación de nuevos socios
<b>PROBLEMAS DERIVADOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>SUBHIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>VARIABLES</b>
¿Qué tipo de planeación se ejecuta en la Asociación?	Identificar el tipo de planeación que se ejecuta para la promoción de la Asociación.	Si se identifica el tipo de planeación que se ejecuta se mejorará la promoción de la Asociación.	Tipo de planeación	Ejecución para la promoción de la Asociación
¿Cuál es el nivel de participación de los socios en la relación directa con el gremio artesanal?	Analizar el nivel de participación de los socios en la relación directa con el gremio artesanal.	Si se analiza el nivel de participación de los socios influirá positivamente en la relación directa con el gremio artesanal.	Nivel de participación de los socios	Relación directa con el gremio artesanal
¿Cómo diseñar un plan de acción encaminado hacia la captación de nuevos socios?	Diseñar un plan de acción encaminado hacia la captación de nuevos socios.	Si se diseña un plan de acción se fomentará la captación de nuevos socios.	Plan de acción	Captación de nuevos socios