



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA DE TESIS:**

“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAMIENTO DE LOS  
SERVICIOS EN LA FUNDACIÓN NIÑOS EN MANOS DE  
ROTARY, CANTÓN QUEVEDO, PERÍODO  
2014 – 2017”

Previo la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

**AUTORA:**

KAREN LIZZETTE ARTEAGA PALMA

**DIRECTOR:**

ING. CARLOS VILLACÍS LAÍNEZ M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

**2015**

## **DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, KAREN LIZZETTE ARTEAGA PALMA, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes de este trabajo, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente

---

**Srta. KAREN LIZZETTE ARTEAGA PALMA**

**1205972597**

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS**

El suscrito, ING. CARLOS VILLACÍS LAÍNEZ, M.Sc docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada Srta. KAREN LIZZETTE ARTEAGA PALMA, ha culminado, bajo mi dirección, la tesis de grado Titulada **“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS EN LA FUNDACIÓN NIÑOS EN MANOS DE ROTARY, CANTÓN QUEVEDO, PERÍODO 2014 – 2017”**, habiendo cumplido con los requisitos que para tal efecto señala el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

---

ING. CARLOS VILLACÍS LAÍNEZ, M.Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA DE TESIS:**

“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS EN LA FUNDACIÓN NIÑOS EN MANOS DE ROTARY, CANTÓN QUEVEDO, PERÍODO 2014 – 2017”

Presentado a la Comisión Académica de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial

Aprobado

---

Ing. Cesar Muñoz Heredia, M.Sc.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Edgar Muñoz Murillo, M.Sc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

Ing. Elizabeth Núñez Bartolomé, M.Sc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS**

**QUEVEDO – ECUADOR.**  
**2015**

## **AGRADECIMIENTO**

La presente investigación es un esfuerzo en el cual participaron varias personas las cuales me han acompañado en los momentos de crisis y en los momentos felices.

Agradezco a Dios por acompañarme todos los días y conducir mi vida de la mejor manera.

A mi hijo, FERNANDITO por ser mi fuerza, mi motivo de seguir, por ser mi compañía, y mi fortaleza, gracias por estar siempre a mi lado y aplaudir cada logro en mi vida, te amo hijito.

A mis padres que siempre me apoyaron, por ser mi eje y mi ejemplo a seguir, gracias por darme la oportunidad de hacer realidad este sueño, por impulsarme y enseñarme a luchar con todo por cumplir mis metas y anhelados.

A mi tía Rosa por ser siempre un apoyo como madre cuidando lo que yo más amo mi hijo, cuando no he podido llevarlo conmigo dándome todas las facilidades para crecer y poder finalizar con éxito este proyecto.

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesis y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.

A mis padres Danilo Arteaga y Alexi Palma por su apoyo incondicional. A mis hermanos. Testigos directos de mi esfuerzo y sacrificio, quienes depositaron su confianza en mí.

De manera especial, mi hijo Fernandito Verdesoto por su amor, paciencia y abnegación, al cual le dedico este trabajo de manera especial por todo el esfuerzo que realizo para brindarme su apoyo.

# ÍNDICE GENERAL

	PÁG.
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE LA AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS .....	iii
MIEMBROS DE TRIBUNAL .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
ESQUEMA DE CODIFICACIÓN.....	xvi
<b>CAPITULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Introducción .....	2
1.2 Problematización .....	3
1.2.1 Planteamiento del Problema .....	3
1.2.1.1 Diagnóstico .....	3
1.2.1.1.1 Causa.....	4
1.2.1.1.2 Efecto.....	4
1.2.1.2. Pronóstico.....	4
1.2.1.3 Control del Pronóstico.....	4
1.2.2 Formulación del problema.....	5
1.2.3. Sistematización del problema .....	5
1.3 Justificación .....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. General .....	6
1.4.2. Específicos.....	6
1.5. Hipótesis .....	7

1.5.1. General .....	7
1.5.2. Específicas.....	7
1.5.3. Variables.....	7
1.5.3.1. Independiente .....	7
1.5.3.2. Dependiente .....	7
<b>CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
2.1. Fundamentación Teórica.....	9
2.1.1 Plan estratégico .....	9
2.1.2. Importancia de un plan estratégico .....	9
2.1.3. La Planificación Estratégica.....	10
2.1.4.1 Importancia de la Planeación Estratégica .....	11
2.1.4.2 Características de la Planeación Estratégica .....	11
2.1.4.3 Principios básicos de la planeación estratégica.....	12
2.1.5 Definición del plan estratégico .....	12
2.1.5.1 Para qué sirve el plan estratégico.....	13
2.1.5.2 Modelo y elementos del plan estratégico .....	13
2.1.5.2.1 Filosofía .....	13
2.1.5.2.2 Misión.....	13
2.1.5.2.3 Visión .....	14
2.1.5.2.4 Objetivos .....	14
2.1.5.2.5 Valores éticos .....	15
2.1.6 Análisis Situacional: FODA .....	16
2.1.6.1 Análisis del ambiente externo .....	16
2.1.6.2 Análisis del ambiente interno .....	16
2.1.7 Análisis FODA.....	17
2.1.7.1 Las Fortalezas y debilidades.....	17
2.1.7.2 Las oportunidades y amenazas .....	18
2.1.8 Matriz FODA .....	18
2.1.8.1 Fortalezas .....	18
2.1.8.2 Oportunidades .....	18
2.1.8.3 Debilidades .....	19
2.1.8.4 Amenazas .....	19

2.1.9	Estrategias .....	19
2.1.9.1	Plan de acción .....	19
2.1.9.2	Políticas .....	20
2.1.9.3	Programas .....	21
2.1.9.4	Proyectos .....	21
2.1.9.5	Procedimientos .....	22
2.1.9.6	Seguimiento y control .....	22
2.1.9.7	Planeación operativa .....	23
2.1.10	Estudio de Mercado .....	24
2.1.10.1	Definición de Estudio de Mercado .....	25
2.1.10.2	Tipos de Estudios de Mercado.....	25
2.1.10.3	El Proceso del Estudio de Mercado: .....	26
2.1.10.4	Definición de Segmento de Mercado, Según Diversos Autores:.....	27
2.2	Fundamentación conceptual.....	28
2.2.1	Estudio administrativo.....	28
2.2.2	Estudio legal .....	28
2.2.3	Estudio económico financiero .....	29
2.2.4	Presentación del muestreo .....	30
2.2.5	Club Rotario Quevedo .....	31
2.2.5.1	Creación de un nuevo Club Rotario Quevedo “7 de Octubre” .....	31
2.2.5.2	Paul Harris, Fundador de Rotary internacional. ....	32
2.2.5.3	Misión de Rotary .....	33
2.2.5.4	Servicio de la Fundación.....	34
2.2.5.5	Servicio a la comunidad.....	34
2.2.5.6	Identificación y caracterización de la población objetivo (Beneficiarios).....	34
2.2.5.5.2	Diagnóstico situacional .....	35
2.2.5.5.3	Momentos del diagnóstico situacional.....	36
2.2.5.5.4	Línea base del proyecto.....	36
2.2.5.5.5	Análisis de oferta y demanda.....	36
2.2.5.5.6	Demanda .....	37
2.2.5.5.7	Demanda futura .....	38
2.2.5.5.8	Oferta.....	38
2.2.5.5.9	Oferta futura.....	39

2.3 Fundamentación legal.....	40
2.3.1 Constitución Jurídica.....	40
2.3.2 SRI. Registro Único de Contribuyentes .....	40
2.3.3 IESS.....	41
2.3.4 Patente Municipal .....	42
2.3.5 Permiso de Bomberos.....	42
2.3.6. Ley Orgánica de Salud (2006). .....	42
2.3.7. Código Orgánico Integral Penal (2014).....	43
2.3.8. Fundamentación de Fundación “Niños en Manos de Rotary” .....	44
<b>CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>46</b>
3.1. Materiales y Métodos de la Investigación .....	47
3.1.1 Materiales .....	47
3.1.2 Métodos de Investigación .....	47
3.1.2.1 Deductivo .....	47
3.1.2.2 Inductivo.....	47
3.2 Tipos de Investigación .....	48
3.2.1 Descriptiva .....	48
3.2.2 Explicativa.....	48
3.2.3 Analítica .....	48
3.3 Diseño de la investigación .....	49
3.3.1 Encuesta .....	49
3.3.2 Entrevista .....	49
3.4 Población y Muestra .....	49
3.4.1 Población .....	49
3.4.2 Muestra .....	50
<b>CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>51</b>
4.1. Resultados.....	52
4.1.1. Entrevista realizada a la Fundación Niños en Manos de Rotary.....	52
4.1.2. Tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas en el Cantón Quevedo.....	53

4.1.2.1. Análisis de las encuestas dirigidas a los miembros del Club Rotario Quevedo .....	58
4.1.3. Plan estratégico para la “Fundación Nuevos Amigos” período 2014 – 2017 .....	63
4.1.4. Antecedentes del plan estratégico .....	63
4.1.5. Direccionamiento Estratégico .....	63
4.1.5.1. Valores institucionales .....	63
4.1.5.2. Definición de la visión .....	64
4.1.5.3. Definición de la misión .....	64
4.1.6. Políticas administrativas.....	65
4.1.6.1. Políticas generales.....	65
4.1.6.2. Políticas de atención al menor .....	66
4.1.6.3. Políticas de difusión de servicios y programas .....	67
4.1.7. Estrategias organizacionales .....	68
4.1.8. Análisis matriz FODA.....	70
4.1.9. Organigrama de la Fundación “Niños en manos de Rotary” .....	74
4.1.9.1. Funciones .....	75
4.1.10. Proyectos Estratégicos .....	80
4.1.10.1. Proyecto 1: Mejora en el servicio al niño y joven necesitado .....	81
4.1.10.2. Proyecto 2: Capacitación en servicio de la “Fundación Niños en Manos de Rotary” .....	81
4.1.11. Plan de acción .....	82
4.1.11.1. Alternativas estratégicas seleccionadas .....	83
4.1.11.2. Proyecto estratégico 1: Mejora en el servicio al niño y joven necesitado .....	84
4.1.11.3. Proyecto estratégico 2: Capacitación en servicio de la “Fundación Niños en Manos de Rotary” .....	86
4.1.11.4. Plan de acción: Participación de la comunidad apadrinada en la selección de los obsequios o beneficios masivos .....	89
4.1.12. Filosofía Institucional.....	91
4.1.13. Monitoreo estratégico.....	92
4.2. Discusión .....	93

<b>CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	95
5.1 Conclusiones .....	96
5.2 Recomendaciones .....	97
<b>CAPITULO VI BIBLIOGRAFÍA</b> .....	98
6.1. Literatura citada .....	99
6.2. Linkografía .....	102
<b>CAPITULO VI ANEXOS</b> .....	103
7.1. Anexo .....	104

## ÍNDICE DE CUADROS

No.	Pág.
1. Conocimiento sobre la Fundación Niños en Manos de Rotary .....	53
2. Labor que realiza la Fundación Niños en Manos de Rotary .....	54
3. Elegir un centro médico.....	55
4. Realizar un Plan Estratégico.....	56
5. Aspecto que se consideraría para mejorar la Fundación .....	57
6. Fundación ha implementa un Plan Estratégico.....	58
7. Propuestas para mejorar la visión y la misión .....	59
8. Atención de manera eficiente a los necesitados.....	60
9. Planificación Estratégica para mejorar la atención de los niños .....	61
10. Diseño de un Plan Estratégico en beneficio de la Fundación.....	62
11. Estrategias.....	68
12. Análisis Matriz FODA .....	70
13. Análisis Matriz Cruce de Variables .....	71
14. Análisis Matriz de Impacto.....	72
15. Análisis de Matriz de Impacto Ponderada .....	73
16. Operaciones estratégicas .....	81
17. estrategias operativas .....	82
18. tareas 1 .....	84
19. tareas 2.....	87
20. tareas 3.....	89

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Pág.
21. Conocimiento sobre la Fundación Niños en Manos de Rotary .....	53
22. Labor que realiza la Fundación Niños en Manos de Rotary .....	54
23. Elegir un centro médico.....	55
24. Realizar un Plan Estratégico.....	56
25. Aspecto que se consideraría para mejorar la Fundación .....	57
26. Fundación implementa un Plan Estratégico .....	58
27. Propuestas para mejorar la visión y la misión .....	59
28. Atención de manera eficiente a los necesitados.....	60
29. Planificación Estratégica para mejorar la atención de los niños .....	61
30. Diseño de un Plan Estratégico en beneficio de la Fundación.....	62

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El desarrollo del presente Plan Estratégico de la Fundación “Niños en Manos de Rotary” de la ciudad de Quevedo, para el período actual ha sido un proceso realizado con participación y el apoyo institucional, como de profesionales, cuyo fin es presentar este documento para la sustentación en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales como Ingeniera en la Carrera de Gestión Empresarial y que cuya Tesis de Grado en su tema dice: “PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS EN LA FUNDACIÓN NIÑOS EN MANOS DE ROTARY, CANTÓN QUEVEDO, PERÍODO 2014-2017”. Esta Investigación jurídica está estructurada en seis capítulos. En el primer capítulo, se trató la parte principal para el conocimiento del problema y para el efecto, fue necesario plantear la hipótesis de que la solución al problema estaba en el cumplimiento de la hipótesis planteada en la investigación. El segundo capítulo, hace referencia al marco teórico, en los aspectos: referencial, conceptual y legal. En el tercer capítulo se describe la metodología utilizada en la investigación que nos ocupa; los métodos aplicados, los tipos de investigación, la población, las muestras las técnicas e instrumentos utilizados en la recolección de datos. En el cuarto capítulo se comprueba la hipótesis a través de los resultados de la investigación obtenidos mediante encuestas a moradores del cantón Quevedo, sobre la Fundación y además apoyan la propuesta de esta investigación. Luego se realiza la propuesta tomando como base los objetivos, descripción de la propuesta, de los beneficiarios y del impacto social, etc. El quinto capítulo describe las conclusiones y recomendaciones. Al final tenemos la bibliografía y los anexos.

## **ABSTRACT**

The development of this Strategic Plan of the Foundation "Children in Rotary hands" of the city of Quevedo, for the current period has been a process performed with participation and institutional support, and professionals whose purpose is to present this document to the Technical support at the State University of Quevedo, Faculty of Business and Engineering in the School of Management and whose Thesis on your subject says: "STRATEGIC PLAN FOR IMPROVING SERVICES AT THE FOUNDATION CHILDREN IN HANDS OF ROTARY, CANTON QUEVEDO, PERIOD 2014-2017 " This legal research is divided into six chapters. In the first chapter, the main part for understanding the problem and the effect was treated, it was necessary to hypothesize that the solution to the problem was in compliance with the research hypothesis. The second chapter refers to the theoretical framework, aspects: referential, conceptual and legal. In the third chapter the methodology used in the investigation at issue described; the methods used, the types of research, people, samples of techniques and instruments used in data collection. In the fourth chapter the hypothesis is tested through the research results obtained by surveying residents Quevedo Canton, about the Foundation and also supported the proposal of this research. After the proposal is done based on the objectives, description of the 'propuesta, beneficiaries and social impact, etc. The fifth chapter describes the conclusions and recommendations. At the end we bibliography and annexes

<b>(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN</b>			
1	Título / Title	M	“Plan estratégico para el mejoramiento de los servicios de la fundación niños en Manos de Rotary, cantón Quevedo, periodo 2014 – 2017”
2	Creador/ Creator	M	ARTEAGA K.; Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/ Subject	M	Gestión Empresarial; Plan Estratégico, SECTOR PRIVADO.
4	Descripción/ Description	M	La presente investigación se realizó en el cantón Quevedo, provincia de Los Ríos, teniendo como objetivo principal crear un plan estratégico a fin de mejorar la calidad en el servicio que brinda la fundacion Niños en Manos De Rotary.
5	Editor/ Publisher	M	Carrera Ingeniería en Gestión Empresarial
6	Colaborador/ Contributor	O	Ing. Carlos Villacís Laínez
7	Fecha/Date	M	2015
8	Tipo/Type	M	Trabajo de Investigación; Artículo
9	Formato/ Format	R	.doc MS Word 09; .pdf.
10	Identificador/ Identifier	M	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11	Fuente/ Source	O	Investigación Empresarial. “Plan estratégico para el mejoramiento de los servicios de la fundación niños en Manos de Rotary, cantón Quevedo, periodo 2014 – 2017”
12	Lenguaje/ Language	M	Español
13	Relación/ Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/ Coverage	O	Plan estratégico
15	Derechos/ Rights	M	Ninguno
16	Audiencia/ Audience	O	Trabajo de investigación/ Ingeniería en Gestión Empresarial

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO CONTEXTUAL**

## **1.1 Introducción**

El tema tratado en la presente investigación es la implementación de un plan estratégico que mejore la calidad del servicio en la fundación “Niños en Manos de Rotary”, con el propósito que los usuarios se sientan a gusto con la atención brindada por parte de los médicos y personal administrativo.

El estudio que se va a realizar es de gran interés para los directivos de la fundación en optimizar los recursos económicos, humanos y materiales. Las autoridades de la fundación debe mantener su servicio en forma constante de máxima calidad accesible, ágil con un personal profesional, obteniendo un importante desarrollo, tecnológico, innovador en la gestión y en permanente búsqueda de las mejores de los resultados, induciendo a la maternidad a una evaluación objetiva y permanente a la prestación de los servicios de salud.

La maternidad tiene como propósito primordial enfocarse en el servicio que presta a la comunidad, antes que su competencia, debido a la buena atención que brinda, los menores determinaran la mejor opción.

Debido a la preocupación que existe en los médicos de la institución por la tipificación del art. 146 Homicidio culposo por mala práctica profesional del Código Orgánico Integral Penal, el cual señala “Que la persona que al infringir un deber objetivo de cuidado, en el ejercicio o práctica de su profesión, ocasione la muerte de otra, será sancionada con pena preventiva de su libertad de 1 a 3 años. El proceso de habilitación para volver a ejercer la profesión, luego de cumplida la pena, será determinado por la Ley. Por esta razón los directores deben realizar capacitaciones constantemente a todo el personal que labora en la Fundación

## **1.2 Problematización**

### **1.2.1 Planteamiento del Problema**

Se propone la creación de políticas de calidad, con el cual se pretende ofrecer las mejores soluciones referentes a sus necesidades con el menor costo posible para las familias de bajos recursos económicos, con un servicio profesional y eficiente de expertos capacitados en las distintas áreas.

Es por esta que teniendo el problema antes mencionado, hay la necesidad de un mejoramiento y esfuerzo continuo, sobre la importancia de la prestación del servicio, para mantener un nivel de calidad e imagen corporativa de la institución ante la amenaza de la competencia.

Mediante encuesta y socialización a ejecutarse se pretende encontrar alternativas para prestar servicios con calidad, permitiendo con esta realizar una propuesta que conceda a la administración tener un conjunto de estrategias que den solución a los problemas existentes en la administración.

#### **1.2.1.1 Diagnóstico**

En la actualidad se evidencian problemas básicos en la gestión de la institución, por lo que tiene como propósito aplicar y valorar una serie de estrategias para mejorar el desarrollado de esta entidad, satisfaciendo así las necesidades de los usuarios y además presentar las herramientas necesarias para perfeccionar la calidad en el servicio.

Para lo cual se requiere la información externa e interna, la realización del análisis operacional, eficiencia y eficacia de los resultados obtenidos.

Para mejorar la calidad en la atención al cliente se requiere proyectar actitudes positivas que no afecten a éste, por ello, es importante identificar las características que presentan cada uno de ellos y destacar que el usuario siempre está evaluando cada mejora q hay en la institución; exigiendo una permanente superación en los niveles de calidad y servicios manteniendo un permanente vínculo con la entidad y así puedan propagar mensajes positivos y atraer nuevos consumidores.

#### **1.2.1.1.1 Causa**

Desorganización del personal de Talento Humano

Pocas especialidades médicas

Falta de dispositivos médicos

#### **1.2.1.1.2 Efecto**

Insatisfacción por un servicio deficiente

Disminución de pacientes

Pérdida de ingresos económicos

#### **1.2.1.2. Pronóstico**

La falta de un plan estratégico evitará lograr el mejoramiento del servicio en la Fundación “Niños en Manos de Rotary” de la ciudad de Quevedo.

#### **1.2.1.3 Control del Pronóstico**

La aplicación de un plan estratégico permite mejorar los servicios médicos que brinda la fundación “Niños en Manos de Rotary”, cantón Quevedo periodo 2014-2017.

### **1.2.2. Formulación del problema**

¿De qué manera incidirá un plan estratégico para el mejoramiento del servicio en la Fundación “Niños en Manos de Rotary” de la ciudad de Quevedo?

### **1.2.3. Sistematización del problema**

¿Cómo conocen las necesidades que existen en los usuarios de la institución?

¿Cuáles son las políticas que se utilizan para medir la calidad en la fundación?

¿Qué estrategias utiliza para mejorar la calidad en el servicio?

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El presente estudio trata de impulsar la calidad en los servicios que brinda la fundación, por lo que se hace necesario implementar estrategias para mejorar la atención y ganar la confianza de los usuarios que demandan estos servicios médicos, elaborar un plan estratégico que sentaría las bases para la realización de estudios y análisis más profundos que tengan como propósito optimizar los recursos económicos.

Considerando que el servicio es muy importante para la ciudadanía en general del cantón Quevedo, y siéndola calidad de atención muy significativa se debe implementar un plan estratégico de mejoramiento del servicio que se brinda.

El propósito fundamental que tiene la fundación al prestar servicios de salud al alcance de los más necesitados, es la relación que se establece entre el personal que labora y los usuarios, esta relación se hace más dinámica

cuando se propicia la comunicación en una forma eficiente, eficaz, oportuna y clara.

El interés de la maternidad es dar un nuevo impulso a este movimiento vital que se produce a diario, dar cohesión y sentido a lo que hacemos, dar respuestas a las preguntas que nos debemos plantear si queremos hacer bien nuestro trabajo.

El plan estratégico es una invitación a trabajar juntos en una sola dirección, relacionando al personal que labora con los usuarios y sus necesidades.

## **1.4. OBJETIVOS.**

### **1.4.1. General**

Elaborar un plan estratégico para el mejoramiento de los servicios en la fundación “Niños en Manos de Rotary”, Cantón Quevedo, período 2014-2017.

### **1.4.2. Específicos**

- ❖ Analizar las necesidades de los usuarios pertinentes de la fundación “Niños en Manos de Rotary”
- ❖ Determinar las políticas existentes en la Fundación “Niños en Manos de Rotary”
- ❖ Formular estrategias a largo plazo, donde se manifiesten los nuevos cambios para el mejoramiento del servicio.

## **1.5. HIPÓTESIS**

### **1.5.1. General**

La aplicación de un plan estratégico permite mejorar los servicios médicos que brinda la fundación “Niños en Manos de Rotary”

### **1.5.2. Específicas**

- ❖ La satisfacción de las necesidades de los usuarios permitirá posicionamiento de la fundación “Niños en Manos de Rotary” en el área de salud.
  
- ❖ La elaboración de políticas ayuda a la mejora de los servicios médicos y su calidad.
  
- ❖ La obtención de estrategias que beneficiará a favor de los usuarios

### **1.5.3. Variables.**

#### **1.5.3.1. Independiente.**

Plan Estratégico

#### **1.5.3.2. Dependientes**

Los servicios que brinda la fundación

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

## **2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1.1 Plan estratégico**

Si bien para que una empresa tenga un rendimiento óptimo está en satisfacer a los consumidores esto solo se logra mediante el uso de un plan estratégico el cual se define así:

(PHILIP K, 2012)Indica que un plan estratégico es el proceso de desarrollo y mantenimiento de un ajuste viable entre los objetivos y recursos de una compañía y las cambiantes oportunidades del mercado. El objetivo de un plan estratégico consiste en moldear y reestructurar las áreas de negocio y producto de la compañía, de forma que den beneficios y crecimiento satisfactorio.

Para poder aplicar un plan de marketing es necesario poder realizar ajustes entre los objetivos y recursos de la empresa en relación a las oportunidades del mercado meta. De tal forma que se vea en la necesidad de moldear y reestructurar sus áreas de servicios para alcanzar sus objetivos y lograr un crecimiento que le permita sobresalir en el mercado e incrementar sus servicios en sí.

### **2.1.2. Importancia de un plan estratégico**

El plan estratégico debe cumplir ciertos pasos que son el contexto de su importancia que dan las alertas a los problemas y las oportunidades que el exterior presenta.

(RAMON, 2010)Manifiesta que el plan expresa el sistema de valores ya que pone en manifiesto una visión común del futuro. El plan explica la situación de partida y describe los contratiempos.

El plan facilita el seguimiento de las acciones emprendidas. El plan incrementa la agilidad en las reacciones de la empresa frente a cambios imprevistos. El plan permite una organización y una gestión más rigurosa basada en normas, presupuestos, calendario, y no en improvisaciones.

También es importante recalcar que este proceso es básico para la implementación del plan de marketing estratégico cuyos pasos son muy similares a los antes mencionados.

### **2.1.3. La Planificación Estratégica.**

Toda empresa que compite lo hace según una estrategia de empresa.

(MINTZBERG H & QUINN J, 2013) Declara q esta estrategia puede ser desarrollada de forma explícita, a través de un proceso de planificación, o implícita, debido a la interacción de las actividades de las áreas funcionales. El énfasis dado a la planificación estratégica por parte de las empresas más avanzadas y competitivas refleja el hecho de q son mayores los beneficios de realizar una planificación estratégica explícita que implícita, ya que asegura al menos que las políticas de los departamentos funcionales estén coordinadas y dirigidos hacia el mismo objetivo. Sea cual sea la forma que se desarrolle la estrategia, esta tiene como objetivo el conseguir ventajas competitivas sostenibles que permitan a la empresa tener una posición superior a la de sus competidores. Esta posición superior se traduce en alta rentabilidad, mayor cuota del mercado, mayor facturación.

La estrategia global de la empresa, es el punto de partida del marco estratégico para conseguir unos objetivos estratégicos, teniendo en cuenta otras partes interesadas, como son las personas, proveedores, sociedad, entre otros.

Es una herramienta que consiste en la búsqueda de una o más ventajas competitivas de la organización

(JIMENEZ I, MURO F, 2010) Indica que es una metodología ordenada y sistemática entre la posición actual de una organización en el futuro a corto, mediano y largo plazo.

Se estima que es “sistemática” porque ha de realizarse de manera metodológica y bien definida y entendida y es además, “sistémica”, porque presenta una visión global de relaciones causa – efecto, ante cualquier cambio lo cual afectará a todo el sistema de la organización de forma negativa o positiva.

#### **2.1.4.1 Importancia de la Planeación Estratégica**

La importancia de la planeación estratégica, es que (COHEN W, 2011) da mayor beneficio gracias a un enfoque más sistemático, lógico y racional eligiendo mejor las estrategias, orientado siempre a la innovación y generación de nuevas propuestas, pues nos encontramos en la era de la creatividad, marcada por el desarrollo de la tecnología, de esta manera conseguirá mejores resultados y responder satisfactoriamente a los cambios que le rodean

#### **2.1.4.2 Características de la Planeación Estratégica**

1. Ejecutada por los altos niveles jerárquicos.
2. marco de referencia a toda la organización.
3. Mayores niveles de incertidumbre.
4. Cubre amplios períodos. Cuanto más largo el período, más irreversible será el efecto de un plan más estratégico.
5. Eficiencia.”

(KOTLER, ARMSTRONG, CAMARA & CRUZ, 2010)Muestra que la planeación estratégica se realiza en forma dinámica y continua, la planeación estratégica no termina nunca, se analiza, evalúa y controla que todo marche en orden y de acuerdo planificado en la organización.

### **2.1.4.3 Principios básicos de la planeación estratégica.**

1. Contribución de los Objetivos
2. Prevalencia de la Planeación Estratégica
3. Extensión de la Planeación Estratégica
4. Eficiencia de los Planes Estratégicos

(KOTLER, ARMSTRONG, CAMARA & CRUZ, 2010) Declara que los principios indican parámetros con buena dirección de la empresa, contribuyen a plantear objetivos medibles y alcanzables, contribuyen con el desarrollo de la misma, por lo que la planeación estratégica prevalece y se prolonga en todas las áreas de la organización para así comprender la esencia de la misma y englobar cada una de sus funciones para de esta manera diseñar planes estratégicos que dividen una a una las actividades primordiales que han de desempeñarse.

### **2.1.5 Definición del plan estratégico**

(CONTRERAS , 2013) “Un plan estratégico es flexible, realista, ambicioso, debe ser fácil de seguir en beneficio de la empresa, presenta datos objetivos para una toma de decisiones ajustadas, estableciendo una vigencia de entre 1 y 5 años, por lo que Abarca un conjunto de elementos y/o conceptos que orientan, unifican, integran y dan coherencia a las disposiciones que dan rumbo y destino a una organización.”

Se denomina estratégico pues incluye un razonamiento profundo, con permanente información, revisión, monitoreo y ajustes periódicos para producir un estilo de gestión que haga de la organización un ente proactivo y anticipatorio.

### **2.1.5.1 Para qué sirve el plan estratégico**

(KOTLER, ARMSTRONG, CAMARA & CRUZ, 2010) Mejora la coordinación de actividades, ayudando a encontrar conexión entre las áreas funcionales de la organización, reduciendo los conflictos.

Perfecciona el sistema de comunicación facilitando el intercambio de ideas.

Diseña estrategias para el continuo progreso apoyado en planes de acción.

Permite ajustar mejor los recursos disponibles con las oportunidades, aprovechándolos al máximo y tratar de asumir las amenazas.

Revisión continúa de tareas, facilitando la retroalimentación y control”.

### **2.1.5.2 Modelo y elementos del plan estratégico**

#### **2.1.5.2.1 Filosofía**

(COHEN W, 2011)Revela que está compuesta por principios, preceptos, compromisos y responsabilidades, tanto internas y externas. Considera tres elementos fundamentales, que indican hacia dónde se dirige la organización, por qué se dirige hacia allá y que es lo que sustenta a que la empresa vaya en esa dirección. Siendo:

MISIÓN, VISIÓN, VALORES” los elementos que se han de considerar.

#### **2.1.5.2.2 Misión**

Define:

1) lo que la empresa pretende cumplir en el entorno,

2) lo que intenta hacer, y

3) el para quién lo va a hacer. (CONTRERAS , 2013) Considera que la misión es:

(CONTRERAS , 2013)Un enunciado donde se expresa la razón de ser del negocio. Indica el propósito general por el cual fue creada.

Para qué sea efectiva debe contener ocho elementos como: Clientes, productos o servicios, mercados, tecnología, filosofía, concepto de sí misma, interés por la imagen pública e interés por los empleados.

#### **2.1.5.2.3 Visión**

Es una exposición clara que indica

(THOMPSON, A. y STRICKLAND, A., 2010) Manifiesta que el camino trazado por la empresa y el plazo, de igual manera el impacto de las nuevas tecnologías, las necesidades y expectativas cambiantes del entorno, y la aparición de nuevas condiciones de mercado por consiguiente, se debe poseer la visión de la organización, así como sus objetivos en un período determinado.

Se proyecta, respondiendo con claridad las siguientes preguntas: ¿Para dónde queremos ir? ¿Hacia dónde debe dirigirse la organización?, ¿Cómo nos proyectamos en el futuro?

#### **2.1.5.2.4 Objetivos**

Son los resultados que la empresa persigue, en alcanzar, establecidos y determinados en un tiempo específico, deben ser estables; conocidos y entendidos por todos en la organización(GAMMAGE, OROZCO, 2011)

Los objetivos formulados guían la acción hacia las bases para un efectivo trabajo de equipo y permiten asociar y coordinar esfuerzos, por lo que deben ser, claros, planteados en lenguaje comprensible y preciso; realistas, factibles de alcanzar; y pertinentes, tener relación lógica entre su naturaleza y la situación que se quiere resolver.

#### **2.1.5.2.5 Valores éticos**

Los valores determinan la actuación de la organización, fijan modos de pensar y proceder que se consideran importantes para el desarrollo de la misma, por lo que estos principios y valores se ven influenciados por los compañeros de trabajo generando una actitud de confianza y respeto entre los empleados para así contribuir al cumplimiento de los objetivos (HERNANDEZ , 2010)

Los valores dentro de una organización son de vital importancia, pues con éstos conseguirá diferenciarse de las demás.

Características de los Valores:

(CRECENEGOCIOS, 2013) Indica que los valores tienen las siguientes características:

- 1.- Se comparten y se toman en serio
- 2.- Implican emociones y dan un medio de solidaridad
- 3.- Son guías para la elección y cumplimiento de valores sociales
- 4.- Son medios de control y presión social
- 5.- Son relativos y deben estar alineados

## **2.1.6 Análisis Situacional: FODA**

### **2.1.6.1 Análisis del ambiente externo**

Está constituido por un conjunto de condiciones semejantes para todas las organizaciones y todo lo que ocurre en él, las afecta directa o indirectamente; las principales son las siguientes:

Condiciones tecnológicas

Condiciones legales

Condiciones políticas

Condiciones económicas

Condiciones demográficas

Condiciones ecológicas

Condiciones culturales

(STONE, JAMES Y FREEMAN, 2010) Revela que estos fenómenos ambientales forman un campo dinámico de fuerzas que interactúan entre sí, dando como resultado un efecto sistémico, y que pueden tornarse en una oportunidad o en su defecto una amenaza para la organización. El objetivo primordial del análisis externo consiste en identificar esas oportunidades y amenazas, para tomar las debidas precauciones y actuar con agilidad ante cualquier imprevisto

### **2.1.6.2 Análisis del ambiente interno**

(STONE, JAMES Y FREEMAN, 2010) Indica la identificación de la cantidad y calidad de recursos disponibles; en este proceso se observa la organización

como ventaja competitiva, analiza el rol de habilidades distintivas, los recursos y capacidades que ésta posee, por esto son consideradas las actividades que puede controlar la organización, estas incluyen las tareas de la gerencia general, mercadotecnia, finanzas y contabilidad, producción, y sistema computarizado de información de un negocio

Es el proceso de identificar y evaluar las actividades de las áreas funcionales de la organización que dan origen a fuerzas y debilidades. Los factores internos se pueden determinar mediante el cálculo de razones, la medición del desempeño y realizar la comparación con períodos anteriores y promedios de la empresa, la eficacia de la publicidad y la lealtad de los clientes.

### **2.1.7 Análisis FODA**

(BENAVENTE, 2010) es un análisis en el que se identifica los puntos débiles y fuertes que tiene una determinada organización para conocer la situación actual de la misma por tanto se considerará primero las Oportunidades y Amenazas que enfrenta el negocio y segundo las Fortalezas y Debilidades que tiene la empresa y los productos o servicios. Luego, se define las principales alternativas a las que debe dirigirse el plan.

Positivos Negativos

Internos: Fortalezas Debilidades

Externos: Oportunidades Amenazas

#### **2.1.7.1 Las Fortalezas y debilidades**

Están a favor o en contra con los que cuenta la empresa como son: Potencial humano, Capacidad de proceso (que incluye equipos, instalaciones, sistemas; entre otros) y servicios(CALVO , 2010)

### **2.1.7.2 Las oportunidades y amenazas**

Analiza lo que ocurre en el exterior y que pueden tener un impacto positivo o negativo en el futuro de la empresa, estos tienden a aparecer en una o más de las siguientes grandes categorías: mercados, clientes, industria, gobierno, competencia y tecnología(CALVO , 2010)

A continuación se presenta un esquema del proceso del Análisis FODA:

### **2.1.8 Matriz FODA**

Identifica los puntos débiles y fuertes de la organización para conocer la situación actual de la misma

Considerará primero las Oportunidades y Amenazas frente al negocio y segundo las Fortalezas y Debilidades que tiene la empresa y los productos o servicios definiendo las principales alternativas a las que debe dirigirse el plan(BENAVENTE, 2010)

#### **2.1.8.1 Fortalezas**

Son todas las actividades que realizan la empresa u organización con un alto grado de eficiencia que permiten a la organización una ventaja competitiva en relación a las demás(BENAVENTE, 2010)

#### **2.1.8.2 Oportunidades**

Son aquellos aspectos del medio ambiente externo que si se presentan en la empresa permitiéndole el logro de los objetivos a la misma(BENAVENTE, 2010)

### **2.1.8.3 Debilidades**

Son todas aquellas actividades que realiza la empresa con bajo grado de eficiencia convirtiéndose en una desventaja frente a la competencia por tanto hay que minimizar las debilidades para que permita convertir en fortaleza(BENAVENTE, 2010)

### **2.1.8.4 Amenazas**

Son aquellos aspectos del medio ambiente externo que al presentarse en una determinada empresa impedirían el alcance de los objetivos por tanto la empresa debe estar al tanto del entorno externo que le rodea para que le permitan minimizar las posibles amenazas a la empresa(BENAVENTE, 2010)

### **2.1.9 Estrategias**

Una estrategia es y se la formula como un conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos que forman una secuencia lógica de pasos a ser ejecutados, muestran la dirección y el empleo general de los recursos y esfuerzos, para alcanzar los objetivos planteados con eficiencia y eficacia. (CALVO , 2010)

#### **2.1.9.1 Plan de acción**

Los planes de acción son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de las actividades que se deben llevar a cabo para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico. Randall Geoffry, mencionan que:

El plan de acción debe reflejar: Tarea, responsable, participantes, periodo de ejecución y recursos necesarios para el cumplimiento de la tarea. Debe existir un plan de acción por cada estrategia(RANDALL , 2013)

Funciona como herramienta eficaz de gestión, ya que detalla los propósitos y actividades, indicadores y metas a las que se comprometen los departamentos de una organización en una vigencia determinada.

### **2.1.9.2 Políticas**

(CALVO , 2010) Determina que son guías para orientar la acción; sobre problemas que se repiten dentro de una organización. Las políticas son imprescindibles para el éxito debido a que:

Facilitan la delegación de autoridad, contribuyendo a alcanzar los objetivos.

Motivan y estimulan al personal, al dejar a su voluntad ciertas decisiones.

Indican al personal cómo debe actuar en sus operaciones.

Facilitan la inducción del nuevo personal.

Las políticas se establecen por escrito para darles validez, suministrarlas a todos los miembros de la empresa, deben coordinarse con las demás políticas; revisarse periódicamente, ser estable en su formulación y flexible para una aplicación efectiva; es necesario se cuente con un organigrama, para que de esta manera exista la coordinación y organización por parte de sus miembros.

Son considerados instrumentos auxiliares del administrador, a través de los cuales se fija la posición, la acción y la responsabilidad de cada individuo y su servicio.(LOZ , 2013)

### **2.1.9.3 Programas**

Establecen las actividades que habrán de realizarse para alcanzar los objetivos, instituyendo el tiempo de iniciación y terminación de la actividad.

Suministran información e indican el estado de avance de las acciones, son herramienta de control, identifican a las personas responsables de llevarlos a cabo, determinan los recursos que se necesitan, disminuyendo así costos, incluye únicamente las actividades necesarias todo esto requiere de un presupuesto que permita observar si económicamente podemos ejecutar las actividades programadas(CHIAVENATO, 2010)

El presupuesto determina las actividades realizadas de la organización expresado en términos económicos y se caracteriza en elaborar un documento formal, ordenado sistemáticamente y a su vez está formulado en términos cuantitativos.

### **2.1.9.4 Proyectos**

Son las actividades coordinadas e interrelacionadas que buscan alcanzar objetivos específicos, dentro de un periodo de tiempo previamente definido y en base a un presupuesto por lo que surge para satisfacer una necesidad, desarrollar capacidades, resolver problemas, aprovechar una oportunidad, o superar una amenaza o debilidad.(CHIAVENATO, 2010)

Un proyecto está formado por complejas y numerosas actividades, que sólo se presentan una vez, motivo por el cual su presupuesto y recursos asignados son limitados, produce cambios notables y trascendentes obteniendo un

resultado útil en el ámbito interno y externo y es irreversible, de no serlo ocasiona fuertes perjuicios

#### **2.1.9.5 Procedimientos**

Detallan la forma exacta en que deben llevarse a cabo ciertas actividades, son sucesiones cronológicas de las acciones requeridas, pues se establecen de acuerdo con la situación de cada empresa, de su estructura organizacional, clase de producto, turnos de trabajo, disponibilidad de equipo y material, incentivos, entre otros(CHIAVENATO, 2010)

Los procedimientos son importantes pues promueven la eficiencia y especialización, debido a que delimitan responsabilidades, evitando la duplicidad de esfuerzos; pues fijan como deben ejecutarse las actividades, cuándo y quién debe realizarlas, impulsando a los miembros de la organización a ser eficientes.

#### **2.1.9.6 Seguimiento y control**

Proceso mediante el cual se pretende evaluar las actividades realizadas, conocer si se está operando de forma esperada y de ser necesario realizar modificaciones. Para esto es necesario realizar un análisis exhaustivo, del funcionamiento, impacto y evolución de las principales políticas y programas de la empresa(MINTZBERG H & QUINN J, 2013)

Permite verificar de manera continua el cumplimiento de las metas y objetivos prioritarios de una organización, mediante una cartilla o un conjunto de indicadores para medir dichas metas.

### **2.1.9.7 Planeación operativa**

La planeación operativa debe ser fácil de entender y permitir que los empleados sepan qué actividades deben realizar y el tiempo de que disponen para completarlas.

(MINTZBERG H & QUINN J, 2013)Manifiesta que: la Planificación Operativa es conocida también como Control Operativo”

La parte operacional influye en las estrategias en objetivos específicos a corto plazo, incluye esquemas de tareas y operaciones debidamente racionalizados, organiza con base a los procesos programables y técnicas computacionales, se orientan a la optimización y maximización de resultados y su alcance es inmediato y su problema básico es la eficiencia.

Las características de la planeación operativa son:

Están dentro de los lineamientos sugeridos por la planeación estratégica y táctica.

Es dirigida por los jefes de menor rango jerárquico.

Utiliza procedimientos y reglas definidas con toda precisión.

Cubre períodos reducidos.

Se realiza por medio de la exposición de resultados, en sesiones de junta gerencial en base mensual.

### **2.1.10 Estudio de Mercado**

(MALHOTRA, NARESH, 2012) clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado, así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen, entre otros.

Por otro lado, cabe señalar que los términos estudio de mercado y estudio de marketing suelen ser utilizados de forma indistinta (como plantea el autor Marcic, Dorothy y Daft Richard).

(MARCIC, DOROTHY & DAFT, 2010) Sin embargo, en algunos libros se intenta distinguirlos por separado; según esta teoría, los estudios de mercado estudian propiamente los mercados y son un tipo de estudio de marketing, así como lo son los estudios de publicidad, de consumo.

#### **2.1.10.1 Definición de Estudio de Mercado**

A continuación, veamos algunas propuestas de reconocidos expertos:

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, el estudio de mercado

(KOTLER, CÁMARA, GRANDE & CRUZ, 2011) Reúne, planifica, analiza y comunica los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

Randall, manifiesta que el estudio de mercado está determinado de la siguiente manera:

"La recopilación, el análisis y la presentación de información ayuda a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing".

Según Malhotra, los estudios de mercado

(RANDALL , 2013) Detallan el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor.

### **2.1.10.2 Tipos de Estudios de Mercado**

Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos:

Estudios cualitativos:

El estudio de mercado influye en la realización del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema para esto se realizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras de esta manera los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones(KOTLER, CÁMARA, GRANDE & CRUZ, 2011).

Como es de naturaleza exploratoria no se puede proyectar a una población más amplia (los grupos objetivos).

Estudios cuantitativos:

Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud.(RANDALL , 2013)

Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).

### **2.1.10.3 El Proceso del Estudio de Mercado:**

(KOTLER, CÁMARA, GRANDE & CRUZ, 2011) Manifiesta un estudio de mercado muestra cuatro etapas básicas:

(KOTLER, CÁMARA, GRANDE & CRUZ, 2011) Establece que los objetivos del estudio y define el problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

(KOTLER, CÁMARA, GRANDE & CRUZ, 2011) Manifiesta que realiza la investigación exploratoria: Lleva a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

(KOTLER, CÁMARA, GRANDE & CRUZ, 2011) Indica que la búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:

Investigación basada en la observación

Entrevistas cualitativas

Entrevista grupal

Investigación basada en encuestas

Investigación experimental

(KOTLER, CÁMARA, GRANDE & CRUZ, 2011) Analiza los datos y presenta el informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.

#### **2.1.10.4 Definición de Segmento de Mercado, Según Diversos Autores:**

Según (KOTLER, CÁMARA, GRANDE & CRUZ, 2011) un segmento de mercado se define como

Un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing.

Los autores Stanton, Etzel y Walker, definen un segmento de mercado como

Un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de productos.

Patricio Bonta y Mario Farber, definen un segmento de mercado como

Aquella parte del mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarla claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas(PATRICIO BONTA & MARIO FARBER, 2010).

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define un segmento de mercado como

Está formado por individuos o empresas con características homogéneas y distintas, que permiten diferenciarlo claramente de los otros grupos, y que además, responden a un programa de actividades de marketing específicamente diseñado para ellos, con rentabilidad para la empresa que lo practica(DICCIONARIO DE MARKETING , 2012)

## **2.2 Fundamentación conceptual**

### **2.2.1 Estudio administrativo**

(CRECE NEGOCIO, 2011) Define que en una empresa, la administración es la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones, esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con los planeado), llamado en su conjunto “Proceso administrativo” o “funciones de la administración”

(CRECE NEGOCIO, 2011) Señala que es importante analizar y justificar las decisiones que ayudan a definir cómo funcionará el proyecto, es decir que se definirán las áreas para que se cumpla el proceso administrativo en: planear la instalación y ejecución del proyecto, organizar el trabajo, integrar el personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal, rendimiento, resultados contabilidad, finanzas, innovación, información a la comunidad, relación con colaboradores y otros.

### **2.2.2 Estudio legal**

(HERNANDEZ, 2010) Sostiene que en el ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio.

(CONTRERAS , 2010) Menciona que al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería. Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarros, la ley les exige poner leyendas en su publicidad para cuidar la salud como "todo con medida", "el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer". Incluso hay una normatividad para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con "g" minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos.

### **2.2.3 Estudio económico financiero**

(CUARTAS, 2010) Señala que el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior operación. En la concreción de esta viabilidad se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad y con la calidad y cantidad de información utilizada, siendo la última de tales etapas la de factibilidad. En este punto centraremos este capítulo, en nuestro intento de clarificar los conceptos, técnicas y metodologías acerca de la formulación y evaluación de proyectos.

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

(GRATEROL, 2011) Señala que hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión

#### 2.2.4 Presentación del muestreo

(HERNANDEZ, 2010) Realiza un muestreo probabilístico de acuerdo a las unidades de análisis (personas, organizaciones, capítulo de telenovelas, etc.), que se necesitan para conformar una muestra ( $n$ ) que me asegure un error estándar menor que 0.01 (fijado por el muestrista o investigador), dado que la población  $N$  es aproximadamente de tantos elementos.

En el tamaño de una muestra de una población tenemos que tener presente además si es conocida o no la varianza poblacional.

Para determinar el tamaño de muestra necesario para estimar con un error máximo permisible ( $e$ ) prefijado y conocido la cantidad poblacional ( $n$ ) podemos utilizar la fórmula:

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

$n$ = Tamaño de la muestra

$N$ = Unidad Objetiva (cantidad de habitantes)

$p$ = Probabilidad de aceptación (0.05)

$q$ = Probabilidad de rechazo (0.05)

$e$ = Margen de error (0.08)

$Z$ = Nivel de Confianza (1.92)

## **2.2.5. Club Rotario Quevedo**

### **2.2.5.1. Creación de un nuevo Club Rotario Quevedo “7 de Octubre”**

Miembro de Rotary Internacional fundado el 16 de octubre del 2009 admitido como miembro de RI. El 17 de mayo del 2010

(CLUB ROTARIO QUEVEDO, 2014) La ilusión de un grupo de personas de Quevedo de tener otro club rotario en la comunidad, se convirtió en una hermosa realidad dado que Rotary Internacional, el 17 de mayo del 2010, envió la carta constitutiva de su aprobación.

Se trataba del nacimiento de un nuevo Club Rotario para Quevedo, para el distrito 4400 y para el Mundo.

El afán de tener otro club rotario reside en el hecho de que si bien en la localidad ya existe uno que goza de prestigio por los servicios comunitarios que brinda cada día, más creciente población de escasos recursos tendría más servicios que atenúen en algo vigente como problemas sociales, políticos, culturales y económicos.

Quienes conformamos el nuevo club, abrigamos la esperanza de poder cumplir con la ayuda para la comunidad y de Rotary Internacional en grandes jornadas de servicio, para hacernos merecedores del reconocimiento de la sociedad Quevedeña. Hoy al cumplir nuestro primer aniversario agradecemos a las diferentes firmas comerciales, amigos e instituciones que hacen posible la circulación de la presente publicación.

### 2.2.5.2 Paul Harris, Fundador de Rotary internacional.

“La vida constituye un proceso educativo y la mejor lección que podemos aprender es la del sacrificio propio”.



Paul P. Harris (1868-1947)

Abogado, fue fundador de Rotary, el primer y más internacional club de servicio.

A los tres años de edad se mudó a Wallingford, Vermont donde creció al cuidado de sus abuelos paternos. Se casó con Jean Thompson Harris.

Paul Harris trabajó como reportero, de periódico, profesor, actor, y viajó extensamente por Estados Unidos y Europa.

En 1896, fue en Chicago a ejercer en leyes. Una noche fue con un compañero de profesión a casa. Al deambular por el vecindario, el amigo presentó a Paul varios comerciantes en sus tiendas. Esto le recordó a Paul su pueblo natal, y se le ocurrió “¿Por qué no crear una cofradía compuesta de hombres de negocio?”.

El 23 de febrero de 1905, Paul Harris formó el primer club junto a Silvester Schile, un comerciante de carbón; Gustavus Olehr, un ingeniero en minas; e Hiram Shorey, un sastre comerciante.

Harris denominó al nuevo club Rotary, porque sus miembros se conocieron en rotación en sus diferentes lugares de negocios. Para cuando Paul Harris fue electo presidente del club en su tercer año, se dedicó a extenderlo a otras

ciudades. El segundo club Rotary fue fundado en San Francisco en 1908. En agosto de 1910 ya había 16 clubes. Las dos guerras mundiales cambiaron la cara del Rotary, la Europa Oriental estuvo cerrada para Rotary hasta 1989 cuando se reestablecieron clubes en Polonia y Hungría. En 1990 se abrió el primer club en la Unión Soviética.

Cuando Harris murió en 1947, su sueño había crecido a 6.000 clubes reunidos a través del servicio y la camaradería de Rotary.

### **2.2.5.3 Misión de Rotary**

La misión de Rotary Internacional, asociación mundial de clubes rotarios, es brindar servicio a los demás.

A demás promover elevados estándares de conducta ética y fomentar la comprensión, la buena voluntad y la paz entre las naciones a través de las actividades de compañerismo de los líderes empresariales, profesionales y cívicos.

Estimular y fomentar el ideal de servicio como base de toda empresa digna, lo cual indica que el servicio empieza en nuestra actividad u ocupación cotidiana y es el eje filosófico de Rotary.

“El dar de sí, antes de pensar en sí” lo debemos practicar diariamente, cualquiera que sea el lugar en el que estemos.

Somos un equipo élite donde a algunos encargamos coordinar durante un año las acciones para que vuelvan después a su sitio de igualdad y de confraternidad.

#### **2.2.5.4 Servicio de la Fundación**

En Rotary cada uno de nosotros tiene un cargo. El nombre de dicho cargos es “rotario”. Nuestra obligación como rotario consiste es ofrecer servicio de relevancia en el entorno local e internacional.

A demás de ampliar la capacidad de servicio de nuestros clubes, invitados a dirigentes profesionales y empresariales a convertirse en rotarios y promover la imagen positiva de Rotary en la comunidad.

Nuestras responsabilidades como rotarios también nos exige constituirnos en ejemplo de conducta ética en nuestra vida personal y profesional, erigirnos en líderes dentro de nuestro club y nuestra comunidad, y respaldar plenamente la máxima prioridad de Rotary: el servicio.

#### **2.2.5.5 Servicio a la comunidad**

##### **2.2.5.5.1 Identificación y caracterización de la población objetivo (Beneficiarios)**

(SENPLADES, 2012) Señala que una vez establecido el problema y estimado el déficit o demanda insatisfecha, se deberá identificar la población afectada e indicar cuál será su población objetivo; es decir aquella población que va a ser atendida por el proyecto. La población afectada o demandante efectiva es la que enfrenta las consecuencias del problema que se está abordando. La población objetivo es aquella a la que se le espera solucionar el problema a través del proyecto; ésta última recibirá sus beneficios. Sólo en los casos en que el proyecto se destine a toda la población afectada, la población objetivo será igual a la población afectada. Por ejemplo: un problema puede afectar a toda la región costa del país, pero el proyecto puede estar destinado a la población de las provincias de Manabí y El Oro, en este caso los habitantes de estas provincias es la población objetivo. Adicionalmente, el proponente

del proyecto deberá señalar las características más relevantes de la población objetivo, en relación con el problema que se está estudiando.

Se pueden considerar entre otras: edad (grupos etáreos), sexo, situación social, características culturales, etc. Como fuente de información se debe contar con los informes de los censos oficiales publicados por el INEC, los datos disponibles en sistemas como SIISE, INFOPLAN u otros bancos de información de los municipios y entidades regionales. Así también, en esta sección se debe describir las principales actividades económicas de la zona donde se ubica la población objetivo, lo que servirá como insumo para determinar el impacto que puede tener el proyecto en el área.

#### **2.2.5.5.2 Diagnóstico situacional**

(CANDAMIL, 2014) Indica la situación de algo; quien hace o realiza la acción. Determina un sistema complejo con el actor por lo que adquiere la realidad del carácter en relación al actor, y a la acción de este, por eso en realidad es a la vez da muchas situaciones, dependiendo de ello cuál es su acción.

Por lo tanto en una realidad donde habrá tantas situaciones como actores hayan, y su participación e involucramiento dependerá del significado de la situación; de las alternativas de acción serán diferentes en la medida que sus imágenes – objeto sean diferentes.

Esto llevará a un enfrentamiento de las diferentes fuerzas sociales, para lo cual deberá hacerse todo un proceso de construcción colectiva en donde se defina, consensualmente, cuáles serán las áreas prioritarias de atención.

### **2.2.5.5.3 Momentos del diagnóstico situacional**

(CANDAMIL, 2014) Manifiesta que el diagnóstico permite capturar la realidad social y hacer una lectura de ella desde un contexto histórico requiriendo de un esfuerzo sistemático, coordinado y participativo, atendiendo un proceso que permita ir reconstruyendo, paso a paso, esa realidad.

### **2.2.5.5.4 Línea base del proyecto**

(SENPLADES, 2012) Establece la situación actual de los componentes sociales, demográficos, económicos, ambientales, organizativos, capacidades, y sobre los cuales el proyecto va a influir, por lo que la línea base debe contener indicadores cuantificados, permitiendo medir el impacto del proyecto, para la construcción de metas e indicadores del mismo.

### **2.2.5.5.5 Análisis de oferta y demanda**

(CORDOVA , 2009) Permite conocer la situación entre la oferta y la demanda y los precios de un determinado bien para conocer su demanda potencial que pueda ser cubierta mediante un aumento de los bienes ofrecidos.

El estudio de mercado considera la elaboración del informe del proyecto demostrando la necesidad en los consumidores por el bien que se pretende fabricar y vender, es decir, proporcionar los elementos de juicio necesarios para establecer la presencia de la demanda, así como la forma para suministrar el producto a los consumidores.

(SELLER , 2010) Investiga con más detalles las necesidades del mercado disponible, por lo que determina al mercado al que se dirige la empresa, así como su capacidad o potencial de compra, determinando cuántas personas componen el mercado; que ingresos tienen; cual es el nivel de vida como

gastan sus recursos; donde se localizan los potenciales de compra; índices de capacidad de compra, entre otros.

#### **2.2.5.5.6 Demanda**

(SELLER , 2010) Estima las posibilidades cuantitativas de ventas de un producto de un servicio para un período determinado y para una clientela definida.

La demanda cuantifica los deseos del mercado y condiciona los recursos disponibles del consumidor y por los estímulos del marketing de la firma y de la competencia. Es necesario analizar la demanda para un determinado tipo de población, para un tipo de producto determinado, por zona geográfica, en un período de tiempo determinado y si la demanda es primaria (para consumo directo) o derivada (dependiente de otra demanda).

(SENPLADES, 2012). El análisis de la demanda comprende los siguientes conceptos:

**Población de referencia:** que es la población total del área de influencia del proyecto. Ejemplo: número total de habitantes del Cantón X.

**Población demandante potencial:** es la parte de la población de referencia que potencialmente requiere los bienes o servicios a ser ofertados por el proyecto; esto es, aquella que necesita el bien o servicio, pero no necesariamente lo requerirá del proyecto. Ejemplo: la población potencialmente demandante representa el 70% de la población del Cantón X.

**Población demandante efectiva:** es aquella población que requiere y demanda efectivamente los bienes o servicios ofrecidos por el proyecto. Es importante notar que parte de esta población puede ya estar obteniendo, de otras fuentes, el bien o servicio que proveerá el proyecto. Ejemplo: el 50% de la población efectivamente demandante del Cantón X.

Luego de haber establecido la demanda actual, se procede a proyectar la misma (a través de la utilización de tasas de crecimiento poblacionales oficiales) para la vida útil o período de diseño del proyecto, lo cual es fundamental desde el punto de vista de la cobertura que éste llegue a tener.

#### **2.2.5.5.7 Demanda futura**

La demanda futura previene aquellos productos cuya evolución de las ventas es constante, o carecen de competidores (como el caso de algunos servicios públicos), o los competidores son estables (oligopolios puros) la demanda total y la demanda de una empresa no son estables; cuanto más inestable es la demanda, más complicado es preverla de una forma precisa y más sofisticado será el procedimiento de previsión(PUBLICACIONES VERTICE, 2012)

Pronostica la demanda futura y trata de predecir el comportamiento del consumidor, anticipa las acciones del cliente, en su afán por satisfacer sus gustos y necesidades de modo que, el mismo consumidor se convierte en una fuente de información valiosísima para nuestras predicciones.(MIRANDA, 2010)

Son varios los métodos idóneos que permiten estimar la demanda futura de un producto o un servicio. En algunos casos, un vistazo a las estadísticas disponibles y apoyadas, en una encuesta muestra entre potenciales consumidores, puede dar una idea aproximada de la dimensión del mercado.

#### **2.2.5.5.8 Oferta**

Identifica y analiza el comportamiento y evolución de todas las entidades oferentes del bien o servicio en el área de influencia del proyecto. Los oferentes estiman su capacidad actual de producción del bien o servicio que

el proyecto producirá, también se estima la capacidad de producción o de la prestación del servicio a futuro, para los años comprendidos en el horizonte del proyecto, sobre la base del análisis de la capacidad actual, los probables planes de expansión de los actuales oferentes, así como proyectos en curso de potenciales oferentes. El aspecto que se debe tomar en cuenta es la oferta optimizada: aquella que considera la capacidad máxima de provisión de bienes o servicios que se lograría con los recursos disponibles e intervenciones que hagan eficiente su uso. (SENPLADES, 2012)

Determina que la oferta establece que si los demás factores permanecen constantes, cuanto más alto sea el precio de un bien, mayor será la cantidad ofrecida de dicho bien; y mientras menor sea el precio de un bien, menor será la cantidad ofrecida. (ESQUIVEL, 2010)

#### **2.2.5.5.9 Oferta futura**

(KOSULJ, 2010) Menciona que la expansión del abastecimiento sería asegurada de modo automático por medio de una elevada rentabilidad, para incentivar y asegurar una oferta futura a precios razonables y en cantidades suficientes.

Planes y proyectos de ampliación de la capacidad instalada. Enfoque la oferta global desde el punto de vista de la planificación y de las inversiones programadas.

Análisis de los factores condicionantes de la evolución previsible. Examen de los datos previsible sobre: evolución estructural y coyuntural del sistema económico; cambios en el régimen y en la composición del mercado proveedor; medidas de política económica que afecten la producción, los precios.

## **2.3 Fundamentación legal**

### **2.3.1 Constitución Jurídica**

Los aspectos en los cuales la fundación deberá asumir para su normal funcionamiento son los permisos de operaciones descritos a continuación:

Obtención del RUC

IESS

Patente Municipal.

Permiso de Bomberos.

Toda empresa debe cumplir con cierto tipo de leyes, reglamentos, y normas que están relacionadas con las buenas prácticas y que deben tomarse en cuenta; éstas son:

IVA.

25% de las Utilidades para el Impuesto a la Renta.

15% de los Trabajadores.

Código de trabajo

Código tributario

### **2.3.2 SRI. Registro Único de Contribuyentes**

Es el registro único de contribuyentes que sirve como instrumento al servicio de rentas internas para identificar y saber que cada contribuyente ya sea persona natural o jurídica cumpla con sus obligaciones dando cumplimiento a

las disposiciones gubernamentales vigentes en el lugar de la implantación del negocio.

El RUC es un documento que se lo obtiene en el departamento de rentas internas cuyos requisitos son:

Copia de la cedula de identidad y papeleta de votación actualizado. En caso de ser arrendado el local comercial se solicita una copia del contrato de arrendamiento debidamente notariado

Copia de un documento de servicio básico que verifique la dirección exacta del local.

### **2.3.3 IESS**

Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

Actualización de Datos del Registro Patronal,

Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),

Digitar el número del RUC y

Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

Solicitud de Entrega de Clave (Registro)

Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).

Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.

#### **2.3.4 Patente Municipal**

La persona encargada de emitir el permiso de la patente es el municipio de la ciudad de Quevedo dado que es dicha ciudad funcionara la empresa ya que este documento es obligatorio para ejercer las actividades de negocio de cualquier índole.

Los requisitos son:

Documento que certifique el inicio de la actividad económica.

Copia del RUC

Copia de documentos personales

Copia del contrato de contrato de arrendamiento notariado.

#### **2.3.5 Permiso de Bomberos**

Este documento se lo obtiene para brindar mayor seguridad a las personas que laboran dentro de la empresa y estar preparados para cualquier siniestro inesperado.

#### **2.3.6. Ley Orgánica de Salud (2006).**

Art. 180.- La autoridad sanitaria nacional regulará, licenciará y controlará el funcionamiento de los servicios de salud públicos y privados, con y sin fines de lucro, autónomos, comunitarios y de las empresas privadas de salud y medicina propagada y otorgará su permiso de funcionamiento.

Regulará los procesos de licenciamiento y acreditación.

Regulará y controlará el cumplimiento de la normativa para la construcción, ampliación y funcionamiento de estos establecimientos de acuerdo a la tipología, basada en la capacidad resolutive, niveles de atención y complejidad.

Art. 181.- La autoridad sanitaria nacional regulará y vigilará que los servicios de salud públicos y privados, con y sin fines de lucro, autónomos y las empresas privadas de salud y medicina propagada, garanticen atención oportuna, eficiente y de calidad según los enfoques y principios definidos en esta Ley.

Art. 201.- Es responsabilidad de los profesionales de salud, brindar atención de calidad, con calidez y eficacia, en el ámbito de sus competencias, buscando el mayor beneficio para la salud de sus pacientes y de la población, respetando los derechos humanos y los principios bioéticos.

Art. 202.- Constituye infracción en el ejercicio de las profesiones de salud, todo acto individual e intransferible, no justificado, que genere daño en el paciente y sea resultado de:

- a) Inobservancia, en el cumplimiento de las normas;
- b) Impericia, en la actuación del profesional de la salud con falta total o parcial de conocimientos técnicos o experiencia;
- c) Imprudencia, en la actuación del profesional de la salud con omisión del cuidado o diligencia exigible; y,
- d) Negligencia, en la actuación del profesional de la salud con omisión o demora injustificada en su obligación profesional.

### **2.3.7. Código Orgánico Integral Penal (2014)**

Art. 365.- Por ningún motivo los establecimientos públicos o privados ni los profesionales de salud negarán la atención de emergencia. Dicha negativa se

sanciona de acuerdo con la Ley. (Asamblea Nacional (2008), Constitución de la República del Ecuador)

Art. 218.- Desatención del servicio de salud.- La persona que, en obligación de prestar un servicio de salud y con la capacidad de hacerlo, se niegue a atender a pacientes en estado de emergencia, será sancionada con pena privativa de libertad de 1 a 3 años.

Si se produce la muerte de la víctima, como consecuencia de la desatención, la persona será sancionada con pena privativa de libertad de 13 a 16 años.

### **2.3.8. Fundamentación de Fundación “Niños en Manos de Rotary”**

#### **Capítulo I**

#### **NATURALEZA, DENOMINACIÓN Y DOMICILIO**

Art. 1.- Denominación y Naturaleza: Se constituye la Fundación Caritas de Esperanza como una organización de derecho privado, sin ánimo de lucro y con finalidad social, con plena capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones, regulada por las disposiciones contenidas en el Código Civil vigente, en la Ley y demás normas legales pertinentes, y por este Estatuto.

Art. 2.- Domicilio: La Fundación tendrá su domicilio principal en el cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos pero podrá establecer oficinas o sucursales en uno o varios lugares del territorio ecuatoriano o en el exterior.

Art. 3.- Duración: La Fundación tendrá una duración indefinida, pudiendo disolverse de conformidad con la ley y el presente estatuto.

Art. 4.- La Fundación no intervendrá en asuntos de carácter político, racial, sindical o religioso ni directa indirectamente, ni dirigir peticiones a nombre del pueblo.

Art. 6.- Fines específicos: Auspiciar niños de extrema pobreza y con deseos de superación para que puedan asistir a una institución educativa de nivel secundario

- Buscar auspicio internacional para el desarrollo de los diferentes proyectos
- Crear microempresas productivas para dotar de trabajo a las mujeres que sufren maltrato intrafamiliar
- Dotar de materiales y personal docente especializado a escuelas, guarderías y en especial al centro de recuperación pedagógica perteneciente a la fundación
- Fortalecer el centro de recuperación pedagógica
- Mejorar la dieta alimenticia de los niños mediante la creación de un comedor escolar
- Crear una guardería para atender a niños de 0 a 5 años
- Brindar atención médica preventiva y tratamiento
- Reducir la anemia, desnutrición y enfermedades parasitarias.
- Mejorar las condiciones de salud dental
- Fortalecer la interculturalidad mediante la creación de grupos de música y danza tradicional y rescatar las costumbres ancestrales de los pueblos indígenas.
- Crear una página WEB para que personas de diferentes países obtengan información sobre nuestros proyectos, lo auspicien y se inscriban como voluntarios para educación, salud y medio ambiente.
- Promover el desarrollo de nuevos líderes positivos que respeten las diferencias culturales y étnicas a través de conferencias y talleres
- Reducir el nivel de analfabetismo.
- Establecer como política institucional LAS MINGAS COMUNITARIAS, como un sistema óptimo para su propio desarrollo
- Proteger y cuidar el medio ambiente mediante la reforestación.

## **CAPÍTULO III**

# **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### 3.1. Materiales y Métodos de la Investigación

#### 3.1.1 Materiales

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Alquiler de computadora (Horas)	40
Internet (Horas)	30
Empastados	2
CD	7
Flash memory	1
Anillados	5
Calculadora	1
Lápices y esferográficos	5
Cuaderno	1
Impresiones	300
Copias	900

#### 3.1.2 Métodos de Investigación

##### 3.1.2.1 Deductivo

Se utilizó este método indirectamente en la recopilación de la información, parte de los datos generales como las variables de estudio, es decir que si otros métodos no funcionan este procede como intermediario.

##### 3.1.2.2 Inductivo

El método inductivo ayudó a razonar cada una de las decisiones que fueron tomadas en la investigación y luego ser estudiadas por separado y al final unificarlas para dar resultados obtenidos, es decir va de lo particular a lo general.

## **3.2 Tipos de Investigación**

### **3.2.1 Descriptiva**

Accedió a describir y evaluar ciertas características de la situación actual de la Fundación y su comparación con instituciones similares. Consistió fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

### **3.2.2 Explicativa**

Se encargó de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos

### **3.2.3 Analítica**

Se analizó el objeto estudio, partiendo de sus partes para poder constituir el todo y este permitió analizar los datos que se logró obtener mediante la aplicación de las encuestas y entrevista en la Fundación, para luego realizar una síntesis de los aspectos más necesarios e importantes que se adapten a la presente propuesta.

### **3.3 Diseño de la investigación**

#### **3.3.1 Encuesta**

De esta manera con el objetivo de recoger, registrar y analizar la información requerida para el estudio se diseñó un cuestionario para registrar las informaciones aportadas por la población de Quevedo y los Miembros que conforman este prestigioso Club Rotario en relación con la atención al cliente

Este medio es fundamental para conocer las carencias que existen en la Fundación “Niños en Manos de Rotary” ya que al ser efectuadas se llegó a la conclusión que es necesario implementar un Plan Estratégico

#### **3.3.2 Entrevista**

Esta técnica facilitó conocer de manera más objetiva el servicio brindado por parte de los profesionales que laboran en la Fundación “Niños en manos de Rotary”. De esta manera se obtuvo datos que consistieron en un dialogo entre dos personas el entrevistador y el entrevistado.

### **3.4 Población y Muestra**

#### **3.4.1 Población**

Se consideró como universo objetivo para la presente investigación a la población del cantón Quevedo, considerando también a los miembros de la Fundación “Niños en Manos de Rotary” a los cuales se les aplicó una encuesta y una entrevista.

- Existe 1 autoridad al cual se aplicó una entrevista.

- Existe una población total de 82 miembros, por ser una cantidad mínima se aplicó una encuesta a toda la población.
- La población según datos del INEC 2010 de 173.575 habitantes del Cantón Quevedo, se determinó el tamaño de la muestra con un margen de error admisible del 5%.

### 3.4.2 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se consideró como población a los habitantes de Quevedo para lo cual se utilizó la siguiente fórmula.

$z$  = Nivel de confianza (95%)

$N$  = Población (173.575)

$P$  = Probabilidad que el evento ocurra (50%)

$Q$  = Probabilidad que el evento no ocurra (50%)

$E$  = Error máximo admisible $\pm$  (5%)

$n$  = Tamaño de muestra

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(173.575)}{(0,05)^2(173.575 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(173.575)}{(0,0025)(173.574) + (3,8416)(0,25)}$$

$$n = \frac{166701,43}{434,8954}$$

$$n = 383,3138497$$

$n = 383$  encuestados en el cantón Quevedo

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

## **4.1. Resultados**

### **4.1.1. Entrevista realizada a la Fundación Niños en Manos de Rotary**

Mediante la entrevista realizada a la Dra. Gina Mejía Alarcón, directora de la Fundación Niños en Manos de Rotary, manifestó lo siguiente, que el trabajo que efectúa es lo mejor que hasta ahora ha realizado la Fundación Rotary a nivel nacional en beneficio de los niños, de igual manera, una oportunidad para que las personas puedan brindar su ayuda por los niños necesitados.

AL preguntarle sus planes a realizar en beneficio a los niños comentó, “Tenemos muchos planes en beneficio para los niños, con el transcurso de lo que transcurre el año, se establece realizar diversas actividades y solicitar donaciones para cumplir con lo que se desea.”

La directora de la Fundación indicó que la comunidad ha aceptado a la Fundación con gran beneplácito, incluso ha colaborado con donaciones en materiales y dinero lo cual ha facilitado la realización de nuestros anhelos en pos de brindar una ayuda a los niños de nuestra comunidad.

La Dra. Gina Mejía Alarcón, supo manifestar que es una excelente idea, sobre todo como usted la detalla en la propuesta de su investigación, le aseguro que estaremos pronto a desarrollarlo ya que los beneficios serán enormes para muchos niños de nuestra localidad.

#### 4.1.2. Tabulación, Análisis e Interpretación de los Resultados Obtenidos en las encuestas aplicadas en el Cantón Quevedo.

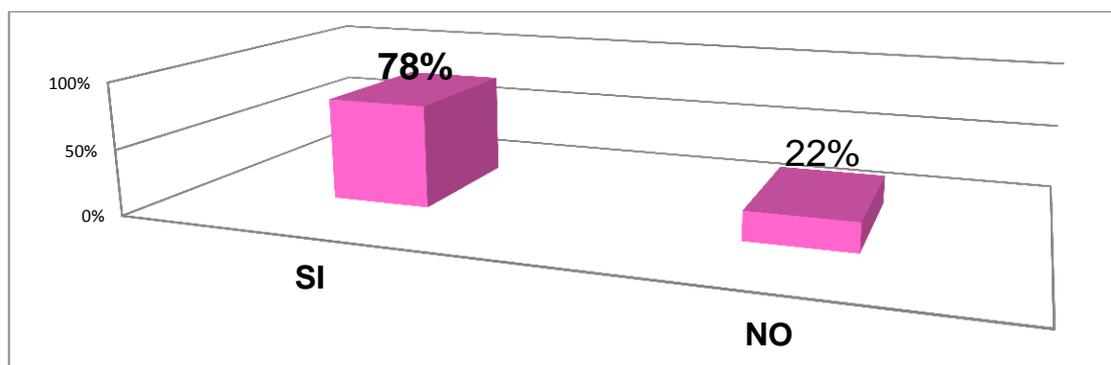
**Pregunta 1. ¿Ha escuchado usted alguna vez de la Fundación Niños en Manos de Rotary, en la ciudad de Quevedo?**

**Cuadro 1.** Conocimiento sobre la Fundación Niños en Manos de Rotary

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	297	78%
No	86	22%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 1.** Porcentaje de la Fundación Niños en Manos de Rotary

#### **Análisis e Interpretación**

De la totalidad de los encuestados, el 78% indicó que si habían escuchado de la fundación Niños en Manos de Rotary, en la ciudad de Quevedo, mientras que el 22% restante, manifestó que desconocía. Existe una cantidad considerable de personas que si han escuchado de la Fundación.

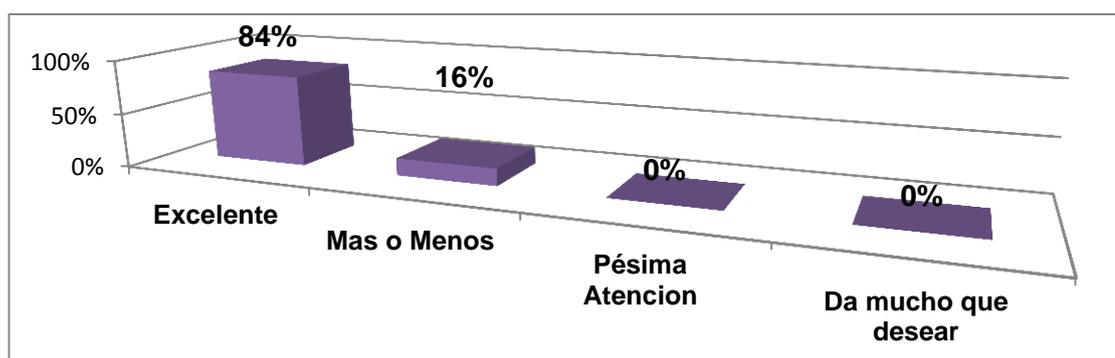
**Pregunta 2. ¿Cómo considera la labor que realiza la Fundación Niños en Manos de Rotary, en la ciudad de Quevedo en lo relacionado a ayudar a los niños necesitados?**

**Cuadro 2.** Labor que realiza la Fundación Niños en Manos de Rotary

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	249	84%
Más o menos	48	16%
Pésima atención	0	0%
Da mucho que desear	0	0%
TOTAL	297	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 2.** Labor que realiza la Fundación Niños en Manos de Rotary

**Análisis e Interpretación**

En el desarrollo de esta encuesta, el 84% contestó que la labor que realiza la Fundación Niños en Manos de Rotary, en la ciudad de Quevedo en lo relacionado a ayudar a los niños necesitados es excelente, mientras que el 16% restante, manifestó que más o menos, cabe indicar que la mayoría de encuestados indicaron que este año la atención a los niños necesitados ha mejorado en relación con otros años, pues han visto programas y actividades de diversas instituciones que se realizan en beneficios de ellos.

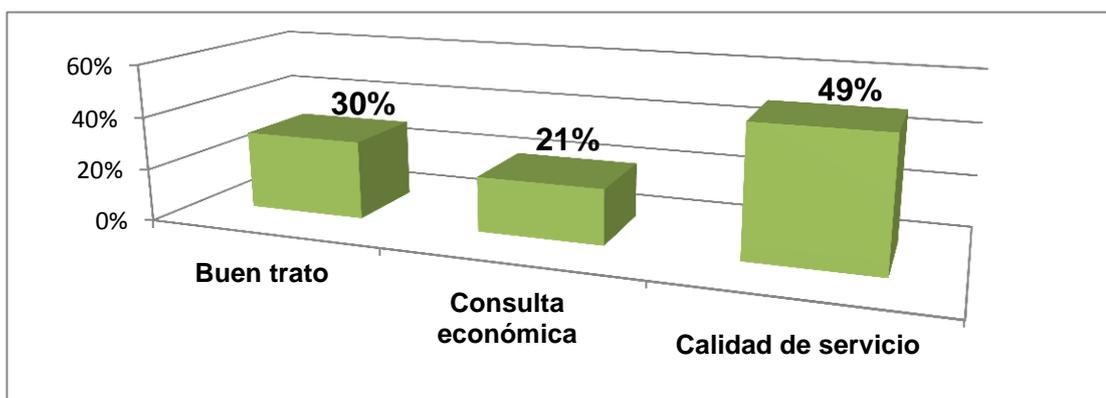
### Pregunta 3. ¿Qué busca al momento de elegir un centro médico?

**Cuadro 3.** Elegir un centro médico

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buen trato	90	30%
Consulta económica	62	21%
Calidad de servicio	145	49%
TOTAL	297	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 3.** Elegir un centro médico

### Análisis e Interpretación

En esta encuesta, el 49% contestó que lo primero que buscan al momento de elegir un centro médico es la calidad del servicio, el 30% que es el buen trato, mientras que el 21% contestó que es por una consulta económica. El trabajo que realiza la Fundación Niños en manos de Rotary, llena las expectativas, sin embargo, es necesario actualizarse con nuevas estrategias que conlleven a la fundación a desenvolverse con un éxito sobrevalorado en beneficio de los niños, a la vez que crezca el número de personas que participen en colaboración económica o social.

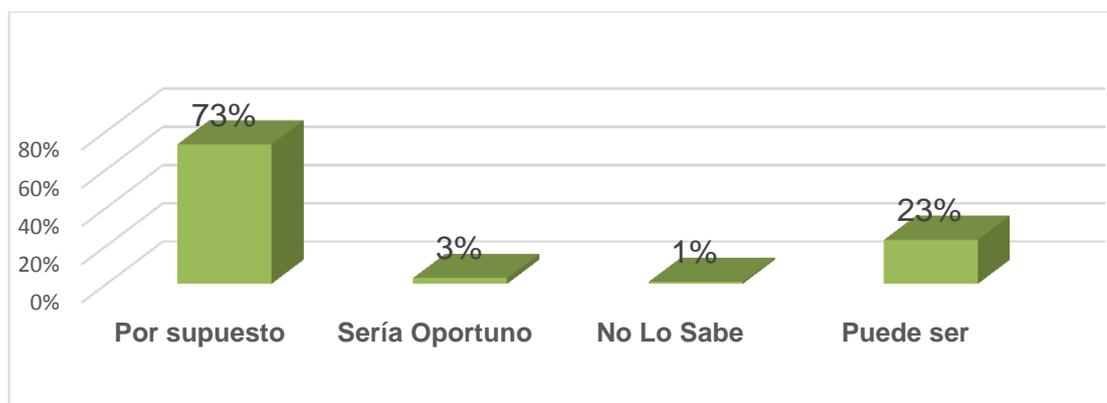
**Pregunta 4. ¿Cree usted que es necesario realizar un Plan estratégico que mejore la atención de la Fundación Niños en manos de Rotary?**

**Cuadro 4.** Realizar un Plan Estratégico

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por supuesto	216	73%
Puede ser	69	23%
Sería Oportuno	9	3%
No Lo Sabe	3	1%
TOTAL	297	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 4.** Realizar un Plan Estratégico

**Análisis e Interpretación**

Al analizar esta encuesta, el 73% contestó que si es necesario realizar un plan estratégico que mejore la atención de la Fundación Niños en manos de Rotary, mientras el 23% contestó que puede ser, el 3% manifestó que sería oportuno y un 1% supo indicar que no lo sabe. La gran mayoría de encuestados opina que es necesario diseñar un plan estratégico que mejore la atención de la Fundación Niños en manos de Rotary para mejorar la calidad en el servicio beneficiando a los niños necesitados.

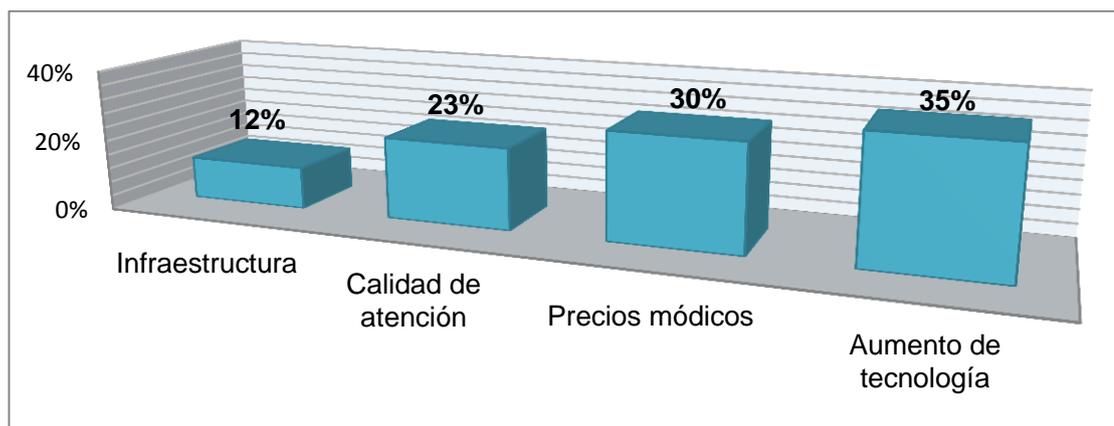
**Pregunta 5. ¿Señale un aspecto que consideraría mejorar en la Fundación Niños en manos de Rotary?**

**Cuadro 5.** Aspecto que se consideraría para mejorar la Fundación

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Infraestructura	36	12%
Calidad de atención	69	23%
Precios módicos	89	30%
Aumento de tecnología	103	35%
TOTAL	297	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 5.** Porcentaje del aspecto que se consideraría para mejorar la Fundación

**Análisis e Interpretación.**

Con el 35% contestaron que es considerable aumentar la tecnología para mejorar la atención del servicio, con el 30% manifestaron que sería factible que haya precios módicos, el 23% especula que es mejor considerar calidad de atención, mientras que con el 12% restante dice q debe haber una mejora en la infraestructura.

#### 4.1.2.1. Análisis de las encuestas dirigida a los miembros del Club Rotario Quevedo

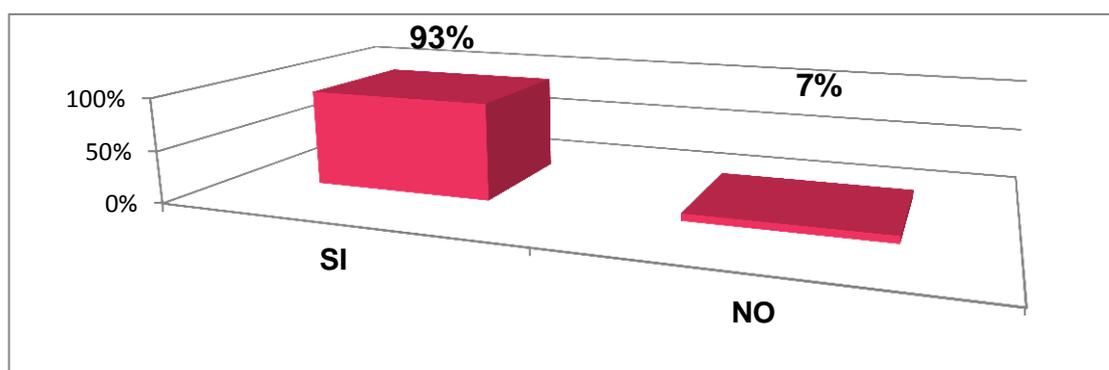
**Pregunta 6. ¿Considera Ud. que en la Fundación Niños en manos de Rotary se debe implementar un Plan Estratégico?**

**Cuadro 6.** Fundación ha implementa un Plan Estratégico

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	76	93%
No	6	7%
TOTAL	82	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 6.** Porcentaje de la Fundación Niños en manos de Rotary que implementa un Plan Estratégico

#### **Análisis e Interpretación**

En esta pregunta el 93% indicó que sí sería factible implementar un Plan Estratégico, mientras que el 7% manifestó que no, pues ellos consideran que hace falta más esfuerzo para manifestar que sí se está favoreciendo a la niñez. Cabe indicar que con el nuevo diseño del plan estratégico la realidad podrá cambiar, en beneficio y satisfacción de todos quienes integran el Rotary del cantón Quevedo.

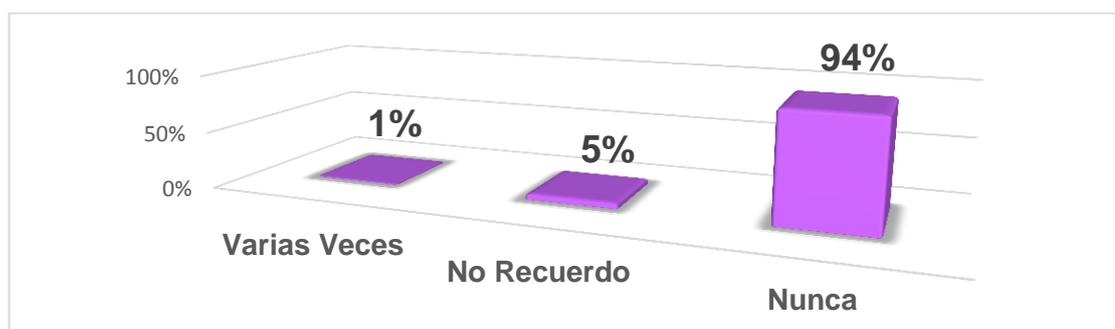
**Pregunta 7. ¿Han recibido propuestas para mejorar mediante un plan estratégico el propósito de la visión y la misión de la Fundación?**

**Cuadro 7.** Propuestas para mejorar la visión y la misión

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Varias Veces	1	1%
No Recuerdo	4	5%
Nunca	77	94%
TOTAL	82	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 7.** Propuestas para mejorar la visión y la misión

**Análisis e Interpretación**

En esta pregunta de encuesta el 94% de los encuestados indicó que no han recibido propuestas para mejorar mediante un plan estratégico el propósito de la visión y la misión de la Fundación, el 5% que no recuerda mientras que el 1% que varias veces. Esta pregunta nos llamó la atención y al momento de encuestar a los miembros de la entidad, manifestaron que toda propuesta o moción se las trata en las sesiones del Rotary y que no se ha hecho ninguna propuesta o moción al respecto, pero que sí están accesibles en recibir y estudiar todas las propuestas en beneficio de la comunidad.

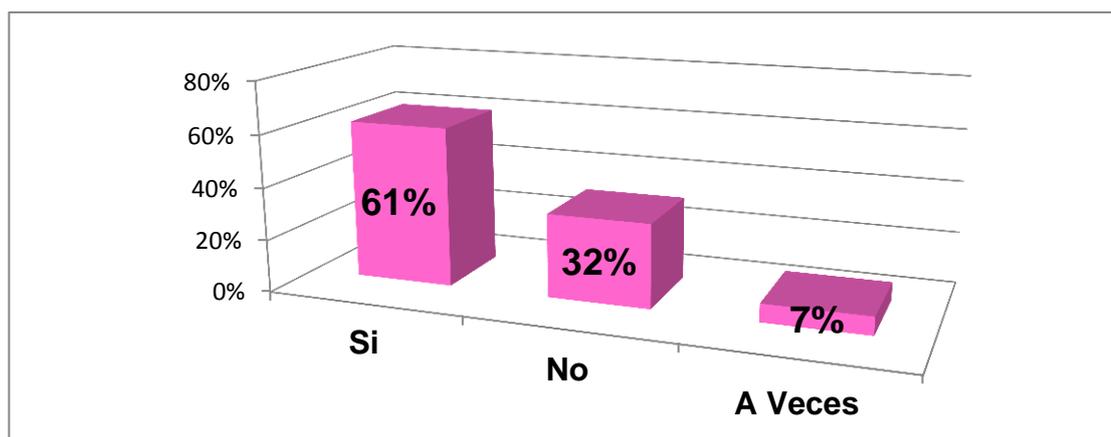
**Pregunta 8. ¿Se atiende de manera eficiente a los necesitados que buscan ayuda en la Fundación Niños en manos de Rotary de acuerdo al apoyo que reciben de donadores o instituciones altruistas?**

**Cuadro 8.** Atención de manera eficiente a los necesitados

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	50	61%
No	26	32%
A Veces	6	7%
TOTAL	82	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 8.** Atención de manera eficiente a los necesitados

### **Análisis e Interpretación**

De todos los entrevistados que contestaron esta encuesta, el 61% considera que se atiende de manera eficiente a los necesitados que buscan ayuda en la Fundación Niños en manos de Rotary, mientras que el 32% manifiesta que no hay una buena atención, y el 7% contestó que a veces, por lo tanto se necesita aplicar algún plan estratégico que sea en beneficio de estos niveles vulnerables de la sociedad.

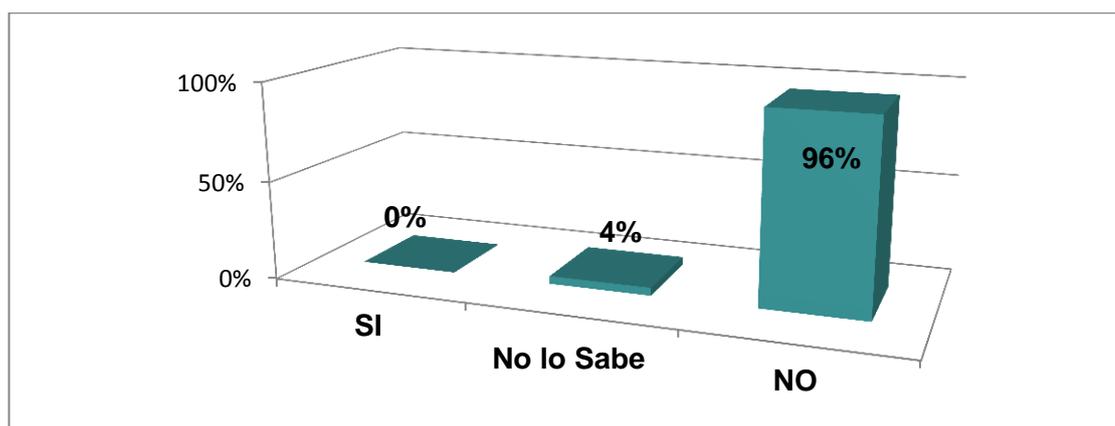
**Pregunta 9. ¿Existe alguna planificación estratégica que pueda servir para mejorar la atención de los niños que necesitan la ayuda de la Fundación Niños en manos de Rotary?**

**Cuadro 9.** Planificación Estratégica para mejorar la atención de los niños

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
No	79	96%
No lo Sabe	3	4%
TOTAL	82	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 9.** Planificación Estratégica para mejorar la atención de los niños

### **Análisis e Interpretación**

El 96% contestaron que no existe ninguna planificación estratégica que pueda servir para mejorar la atención de los niños que necesitan ayuda de la Fundación Niños en manos de Rotary y el 4% reveló q ni siquiera sabía, mientras que el 0% dijo que sí. Ellos realizan actividades que se manifiestan de acuerdo a las donaciones o ayuda que reciben de terceras personas en beneficio de los niños y otras personas, adultas o mayores.

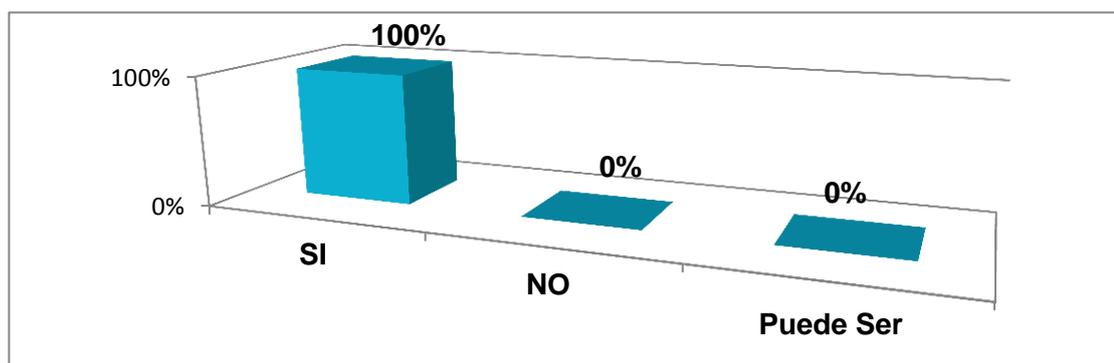
**Pregunta 10. ¿Cree usted que es necesario que a través de la presente investigación, se presente un diseño de un Plan Estratégico en beneficio de la “Fundación Niños en Mano de Rotary” en el cantón Quevedo?**

**Cuadro 10.** Diseño de un Plan Estratégico en beneficio de la Fundación “Niños en Mano de Rotary”

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	82	100%
No	0	0%
Puede ser	0	0%
TOTAL	82	100%

Fuente: Encuestas aplicada a Moradores del cantón Quevedo

Elaborado por: La autora



**Gráfico 10.** Porcentaje de diseño de un Plan Estratégico en beneficio de la Fundación “Niños en Mano de Rotary”

### **Análisis e Interpretación**

Todos los encuestados con el 100% contestaron que sí es necesario que a través de la presente investigación, se presente un diseño de un plan estratégico en beneficio de la “Fundación Niños en Mano de Rotary” en el cantón Quevedo y que para lo cual, todos los miembros estarán dispuestos a prestar sus contingencias para llevarlo a cabo.

### **4.1.3. PLAN ESTRATÉGICO PARA LA “FUNDACIÓN NUEVOS AMIGOS” PERIODO 2014 – 2017**

La propuesta de un plan estratégico para la Fundación “Niños en Manos de Rotary” de la ciudad de Quevedo, se basa en la realización de un diagnóstico estratégico que permita definir el direccionamiento estratégico, la estrategia corporativa, los objetivos, las estrategias, planes operacionales y presupuesto para el padrinazgo de los niños que atiende la Fundación.

#### **4.1.4. Antecedentes del plan estratégico**

El desarrollo del presente Plan Estratégico de la Fundación “Niños en Manos de Rotary” de la ciudad de Quevedo, para el período actual ha sido un proceso realizado con participación y el apoyo institucional, como de profesionales, cuyo fin es presentar este documento para la sustentación en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Facultad de Ciencias Empresariales como Ingeniera en la Carrera de Gestión Empresarial y que cuya Tesis de Grado en su tema dice:

“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS EN LA FUNDACIÓN NIÑOS EN MANOS DE ROTARY, CANTÓN QUEVEDO, PERÍODO 2014-2017”

#### **4.1.5. Direccionamiento Estratégico**

##### **4.1.5.1. Valores institucionales**

Los valores son los pilares fundamentales de la Institución, pues pone en énfasis el crecimiento y desarrollo de todos quienes conforman la Fundación, cumpliendo los objetivos y metas trazados, fortaleciendo su visión y su misión en pro de la ayuda de los más necesitados.

Dentro de la valoración se definen los siguientes valores para la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, del cantón Quevedo:

- **Ayuda social:** a la comunidad del sector, voluntariado al percibir nada a cambio.
- **Principios Cristianos:** educar a los niños y sus familias para que desarrollen estilos de vida cristianos.
- **Honestidad:** demostrar seguridad y confianza, lo que se propone se realiza.
- **Amor:** cariño de los maestros a los niños.
- **Respeto:** Hacia los demás para los niños, padres y personal de la fundación.
- **Calidad:** ofrecer siempre el mejor esfuerzo educando a los niños.

Los valores están definidos por el comportamiento organizacional de la Fundación; en tal virtud se pretende ampliar esta relación en el futuro.

#### **4.1.5.2. Definición de la visión**

La “Fundación Niños en Mano de Rotary”, del cantón Quevedo es:

Ser dinámico y comprometido, referente de servicio a la comunidad y ejemplo de civismo, de solidaridad y amistad en el Ecuador.

#### **4.1.5.3. Definición de la misión**

La misión planteada para la Fundación es la siguiente:

La Fundación “Niños en Mano de Rotary”, del cantón Quevedo, brinda su ayuda a los menos favorecidos, practicando y promoviendo elevados estándares de conducta ética fomentando la comprensión, la buena voluntad y la paz, a través del compromiso, la amistad y la ayuda altruista de líderes empresariales, profesionales y comunitarios.

#### **4.1.6. Políticas administrativas**

Las políticas administrativas de la “Fundación Niños en Manos de Rotary”, del cantón Quevedo, son normas que estarán definidas, con el fin de brindar lineamientos a sus miembros, como las políticas generales, que se presentan a continuación:

##### **4.1.6.1. Políticas generales**

a. La Fundación “Niños en Manos de Rotary”, del cantón Quevedo, tiene como principio y fin, brindar apoyo a niños en toda necesidad, por lo que todos sus miembros deben respetar la misión, visión y valores, actuando bajo esos preceptos en todo momento.

b. Los servicios que brinda la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, del cantón Quevedo, se enmarcan en la actividad social y de salud para los niños, jóvenes además de orientación familiar.

c. La “Fundación Niños en Mano de Rotary”, del cantón Quevedo, propende al cuidado de la salud y desarrollo integral de los niños, para ello destina todos los recursos obtenidos a través de donaciones y aportes nacionales y extranjeros a esta actividad.

d. La “Fundación Niños en Mano de Rotary”, del cantón Quevedo, deberá mantener un registro diario, mensual y presentar informes semestrales de la ejecución presupuestaria de los aportes obtenidos.

e. Todos los miembros de la “Fundación Niños en Manos de Rotary”, deberán tener un espíritu altruista y haber sido formados en valores para poder participar en el cumplimiento de sus diversos proyectos.

f. Es deber de cada miembro activo y personal que labora en la Fundación el cumplimiento de las políticas y planes desarrollado en el presente documento.

g. Es obligación de los directivos comunicar a todos los miembros de la Fundación los cambios potenciales en la estructura, planificación y objetivos de la misma, a fin, de que todos los involucrados en la operación de la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, se adapten a los planes operativos y presupuestarios.

h. Realizar el seguimiento a los Padrinos de los niños y el envío constante de información de parte de la “Fundación Niños en Manos de Rotary”, a favor de los beneficiarios.

#### **4.1.6.2. Políticas de Atención al Menor**

Con el fin de procurar la satisfacción de los clientes, que en el caso de la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, son los niños apadrinados y sus familias, se debe establecer políticas que guíen las prácticas y relaciones de todo el personal y voluntariado. A continuación se presentan las políticas en este ámbito:

- La calidad en el servicio será dada al asegurar el compromiso de la “Fundación Niños en Mano de Rotary” hacia la satisfacción de las necesidades de los niños, en concordancia con los valores institucionales y el cumplimiento de las demás políticas.
- Se deberá escuchar atentamente las necesidades de los apadrinados, y mantener una comunicación constante para promover la construcción de relaciones, fundamentadas en un trato amable, respetuoso, igualitario y sin ningún tipo de discriminación.
- La “Fundación Niños en Mano de Rotary” debe procurar siempre el bienestar y seguridad de la comunidad apadrinada, otorgándoles las mejores condiciones en todos los beneficios ofrecidos para su desarrollo integral.
- La “Fundación Niños en Mano de Rotary” debe garantizar la gestión de reclamos mediante mecanismos accesibles para los niños patrocinados y su

familia, que permitan obtener retroalimentación sobre el servicio recibido, así como para recibir sugerencias, quejas o reclamos.

- El personal y voluntariado de la “Fundación Niños en Manos de Rotary” debe comprender los derechos de los niños apadrinados y comunicar respetuosamente sus obligaciones, siempre enfocados al éxito de la propuesta de servicio ofrecida.

- La “Fundación Niños en Manos de Rotary” debe promover la participación e involucramiento del personal en mantener su compromiso con la excelencia en el servicio.

- La “Fundación Niños en Manos de Rotary” debe preocuparse por ofrecer a la comunidad apadrinada las mejores condiciones posibles en la prestación de servicios en beneficio de la misma.

- La “Fundación Niños en Manos de Rotary” debe mantener una búsqueda constante de nuevos y mejores mecanismos para agilizar y llevar a cabo de forma diligente, tanto la entrega de beneficios masivos como la ejecución de programas, con la intención de optimizar el tiempo de concurrencia de los beneficiados y obtener mejores resultados.

#### **4.1.6.3. Políticas de Difusión de Servicios y Programas**

La promoción o difusión de los beneficios que ofrece la “Fundación Niños en Manos de Rotary” entre la comunidad apadrinada y los potenciales nuevos patrocinados, es un elemento estratégico al cual prestar atención, pues una adecuada ejecución de la comunicación permitirá incrementar de forma sostenida la participación voluntaria de los niños y jóvenes en varios de los programas que se llevan a cabo. Así las políticas en esta área se presentan a continuación:

- Se elaborará de forma anual nuevo material impreso para comunicación masiva de servicios y programas, mismo que se enviará para su repartición a todos los interesados.
- Se publicará trimestralmente en carteleras y banners, los resultados y aportes positivos a la comunidad, fruto de su participación en cada uno de los programas desarrollados en ese período.

#### 4.1.7. Estrategias Organizacionales

Después de sintetizar la problemática de la “Fundación Niños en Manos de Rotary”, e identificar los factores críticos de éxito conforme su realidad presente, es preciso determinar las áreas estratégicas en las que se sugiere trabajar para llegar a la visión y objetivos propuestos. La estrategia principal se la plantea como estrategia de crecimiento, y busca, a través de una mayor penetración en el mercado, incrementar el número de niños y jóvenes patrocinados por la Fundación “Niños en Manos de Rotary”, con lo cual se conseguirá también alcanzar el objetivo de la presente investigación.

Las estrategias clave en las que la “Fundación Niños en Mano de Rotary” se enfocará son las siguientes:

**Cuadro 11. Estrategias.**

ESTRATEGIA	TIPO	APLICACIÓN	VENTAJA
Desarrollo	Diferenciación	Ofrecer un servicio y atención al menor de excelencia que diferencie a la Fundación de las demás organizaciones de ayuda social enfocadas a niños y jóvenes	Brindar un servicio de calidad que Genere satisfacción al patrocinado.

		en la ciudad de Quevedo.	
Difusión	Penetración	Llevar a cabo programas de difusión y comunicación institucional.	Promover la recordación de la Fundación y sus beneficios.

Elaborado por: La Autora

La primera estrategia de desarrollo, busca que el servicio de la “Fundación Niños en Mano de Rotary” se diferencie de la competencia, y agrade a los niños y jóvenes apadrinados, que se motiven e integren a los programas de la Fundación.

Ante las actividades de otras organizaciones, por la labor humanitaria que realiza la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, se justifica su preocupación y necesidad de mejorar continuamente el servicio que se ofrecerá a apadrinados y su familia, es importante mantener presentes los principios de respeto, calidad y responsabilidad en cada una de las actividades de la comunidad Rotarista en general.

La estrategia al ser difundida, buscará dar a conocer los beneficios y ventajas de pertenecer a la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, para lo cual será necesario comunicar tanto su portafolio de productos como los requisitos para integrarse a dicha Fundación. El incentivo a la comunidad que se logre de estas acciones impactará fuertemente en la comunidad a las actividades voluntarias, y tendrá también una referencia de información “boca a boca” entre el público morador de los sectores donde opere la Fundación, lo que a su vez se verá reflejado en una mayor integración de apadrinar nuevos niños.

Para que las áreas estratégicas, puedan llegar al cumplimiento de los objetivos propuestos de la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, se propone llegar a un nivel funcional a través del planteamiento de proyectos estratégicos.

#### 4.1.8. Análisis matriz FODA

**Cuadro 12 FODA**

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>O1. Equipamiento y tecnología acorde a nuestras necesidades.</p> <p>O2. Preferencia del usuario de otros cantones.</p> <p>O3. Mejorar el sistema administrativo organizacional</p>	<p>A1. Recarga de tareas en las diferentes especialidades.</p> <p>A2. Demanda insatisfecha en determinadas especialidades</p> <p>A3. Retraso en la atención al usuario por falta de presupuesto para sustituir personal.</p>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>F1 Se cuenta con un personal capacitado y especializado</p> <p>F2. Alianzas estratégicas con proveedores.</p> <p>F3 Aumento en la demanda de los servicios en las especialidades de Pediatría, Ginecología y medicina general.</p>	<p>D1. Poca difusión de los servicios que ofrece la Fundación.</p> <p>D2. Personal de salud inestable por contratos</p>

Elaborado por: La Autora

**Cuadro 13. Análisis Matriz cruce de variable**

<b>FODA</b>	<b>Oportunidades</b>		<b>Amenazas</b>	
		O1. Equipamiento y tecnología acorde a nuestras necesidades.		A1. Recarga de tareas en las diferentes especialidades
		O2. Preferencia del usuario de otros cantones.		A2. Demanda insatisfecha en determinadas especialidades
		O3. Mejorar el sistema administrativo organizacional		A3. Retraso en la atención al usuario por falta de presupuesto para sustituir personal.
<b>Fortalezas</b>	<b>Estrategias OFENSIVAS (FO)</b>		<b>Estrategias DEFENSIVAS (FA)</b>	
F1 Se cuenta con un personal capacitado y especializado.	<b>1</b>	Capacitar al personal sobre las nuevas tecnologías e innovaciones.	<b>1</b>	Realizar un plan de redistribución de actividades, para mejorar la calidad en el servicio.
F2. Alianzas estratégicas con proveedores	<b>2</b>	Ampliar la institución para dar acogida a nuevos usuarios de otros lugares.	<b>2</b>	Suministrar a doctores y enfermeras con equipos necesarios.
F3 Aumento en la demanda de los servicios en las especialidades de Pediatría, Ginecología y medicina general.	<b>3</b>	Realizar un plan que ayude a mejorar la distribución de los ingresos de la institución.	<b>3</b>	Realizar una propuesta al Club Rotary Internacional para que genere los recursos necesarios para cubrir la plaza.
<b>Debilidades</b>	<b>Estrategia REORIENTACIÓN (DO)</b>		<b>Estrategia SUPERVIVENCIA (DA)</b>	
D1. Poca difusión de los servicios que ofrece la Fundación	<b>1</b>	Implementar los equipos necesarios, para mejorar la atención al cliente.	<b>1</b>	Asignar el personal necesario en las áreas con mayor demanda.
D2 Escasa capacitación del personal	<b>2</b>	Dar estabilidad laboral al personal que trabaja en la institución	<b>2</b>	Dar charlas y seminarios de trato al cliente, al personal que labora en la institución.

Elaborado por: La Autora

**Cuadro 14. Análisis Matriz de Impacto**

Niños en Manos de Rotary	<b>MATRIZ DE IMPACTO 2014</b>			<b>2014 - 2017</b>			
<b>DEBILIDADES</b>	<b>IMPACTO</b>			<b>AMENAZAS</b>	<b>IMPACTO</b>		
	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>		<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
Poca difusión de los servicios que ofrece la Fundación		●		Recarga de tareas en las diferentes especialidades	●		
Escasa capacitación del personal			●	Demanda insatisfecha en determinadas especialidades		●	
				Retraso en la atención al usuario por falta de presupuesto para sustituir personal.	●		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>IMPACTO</b>			<b>FORTALEZAS</b>	<b>IMPACTO</b>		
	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>		<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
Equipamiento y tecnología acorde a nuestras necesidades.	●			Se cuenta con un personal capacitado y especializado.	●		
Preferencia del usuario de otros cantones.		●		Alianzas estratégicas con proveedores.		●	
Mejorar el sistema administrativo organizacional			●	Aumento en la demanda de los servicios en las especialidades de Pediatría, Ginecología y medicina general.	●		

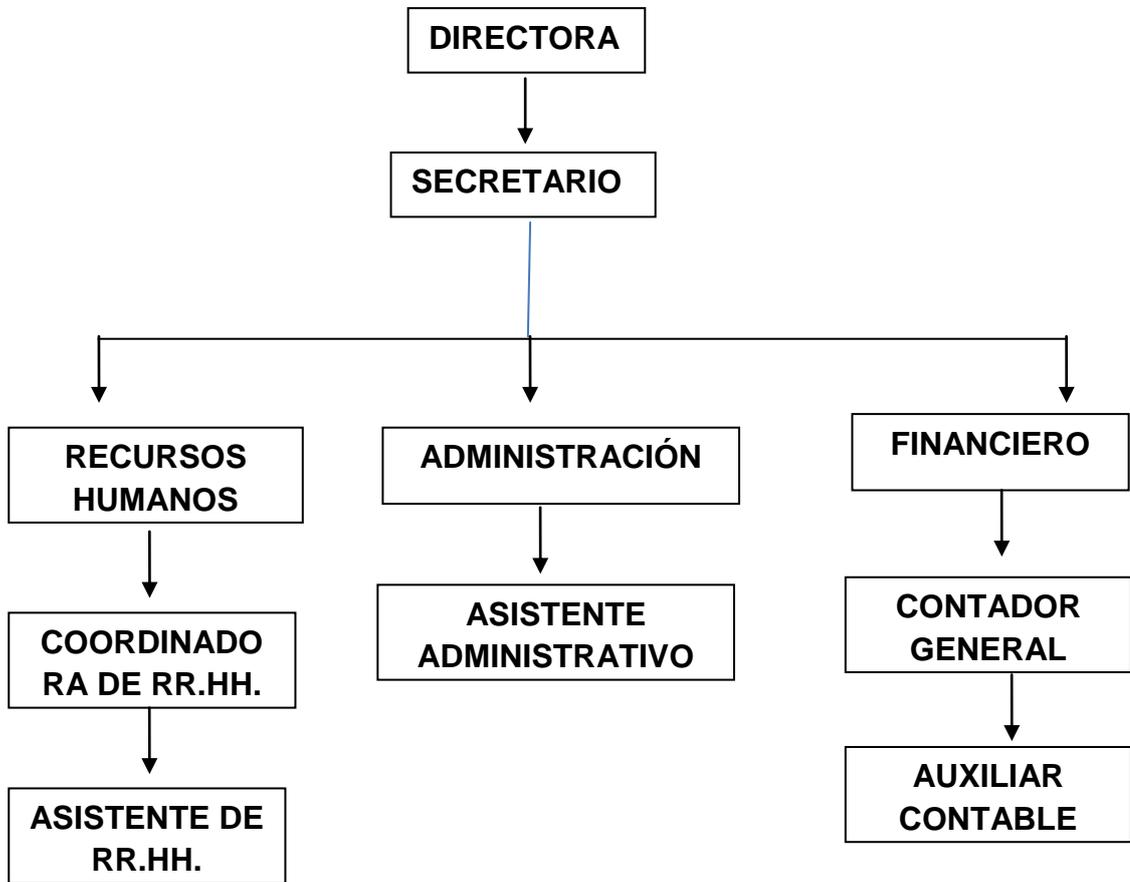
Elaborado por: La Autora

**Cuadro 15. Análisis Matriz de Impacto Ponderada**

Niños en Manos de Rotary	<b>MATRIZ DE IMPACTO PONDERADA 2014</b>			2014 - 2017			
<b>DEBILIDADES</b>	<b>IMPACTO</b>			<b>AMENAZAS</b>	<b>IMPACTO</b>		
	ALTO	MEDIO	BAJO		ALTO	MEDIO	BAJO
Poca difusión de los servicios que ofrece la Fundación	●			Recarga de tareas en las diferentes especialidades	●		
Escasa capacitación del personal	●			Demanda insatisfecha en determinadas especialidades	●		
				Retraso en la atención al usuario por falta de presupuesto para sustituir personal.	●		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>IMPACTO</b>			<b>FORTALEZAS</b>	<b>IMPACTO</b>		
	ALTO	MEDIO	BAJO		ALTO	MEDIO	BAJO
Equipamiento y tecnología acorde a nuestras necesidades.	●			Se cuenta con un personal capacitado y especializado.	●		
Preferencia del usuario de otros cantones.	●			Alianzas estratégicas con proveedores.	●		
Mejorar el sistema administrativo organizacional	●			Aumento en la demanda de los servicios en las especialidades de Pediatría, Ginecología y medicina general.	●		

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.9. Organigrama de la Fundación “Niños en Manos de Rotary”



#### **4.1.9.1 Funciones**

##### **Directora**

Los directores ejecutivos supervisan a los jefes de cada departamento en una organización sin fines de lucro, incluyendo el de marketing, el de recaudación de fondos, desarrollo de programas, recursos humanos y contabilidad. También pueden supervisar a los ejecutivos de rangos más bajos en organizaciones más grandes. Los líderes del departamento consultan con el director acerca de la orientación estratégica en sus áreas. El director ejecutivo dirige el departamento de recaudación de fondos en el establecimiento de metas anuales de ingresos, por ejemplo, y trabaja con los directores de los programas de desarrollo para establecer normas para suplir las necesidades de grupos específicos de la organización. Cuanto más pequeña es una organización sin fines de lucro, más directamente implicado se encuentra el director con respecto a la funcionalidad de cada departamento. En las pequeñas organizaciones no lucrativas, por ejemplo, un director ejecutivo puede manejar todas las funciones de contabilidad y la mitad de las tareas de recaudación de fondos, además de las funciones de nivel ejecutivo.

##### **Funciones de la Secretaría General**

1 Dirigir la ejecución de las políticas, planes, programas, procesos, actividades y demás acciones relacionadas con los asuntos administrativos, financieros, presupuestales, contables, de contratación pública y de servicios administrativos.

2 Dirigir, coordinar y ejecutar las actividades relacionadas con la planeación, organización, desarrollo, procesos y control del talento humano, así como de los asuntos administrativos relacionados.

3 Dirigir, coordinar, controlar el uso, administración, mantenimiento y custodia de los recursos físicos de la entidad.

4 Dirigir y coordinar las actividades propias de los procesos de contratación, en la entidad.

5 Dirigir, coordinar, controlar y evaluar el sistema de gestión documental y de archivo y correspondencia de la entidad.

## **Recursos Humanos**

En la administración de empresas, se denomina recursos humanos (RR.HH.) al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización. Pero lo más frecuente es llamar así al sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una persona o departamento en concreto junto a los directivos de la organización.

El objetivo básico es alinear el área o profesionales de RR.HH. con la estrategia de la organización, lo que permitirá implantar la estrategia organizacional a través de las personas, quienes son consideradas como los únicos recursos vivos e inteligentes capaces de llevar al éxito organizacional y enfrentar los desafíos que hoy en día se percibe en la fuerte competencia mundial. Es imprescindible resaltar que no se administran personas ni recursos humanos, sino que se administra *con* las personas viéndolas como agentes activos y proactivos dotados de inteligencia, creatividad y habilidades

### **Coordinador de Recursos Humanos.**

- Planificar y ejecutar el proceso de reclutamiento y selección del personal que ingrese a la empresa, en función de los requerimientos de cada uno de los departamentos.
- Planificar y ejecutar el proceso de inducción mediante la explicación a los trabajadores de los manuales y políticas organizacionales.

- Coordinar la evaluación del trabajador en periodo de prueba midiendo su desempeño directamente con la gerencia del área involucrada.
- Coordinar la evaluación del desempeño del personal fijo de la empresa.
- Planificar y coordinar el adiestramiento del recurso humano de la empresa en función de las necesidades de la misma.
- Planificar, coordinar y supervisar la elaboración y actualización de los manuales de cargo, funciones y procedimientos de la empresa.
- Evaluar la escala remunerativa y proponer sistemas de incentivos de acuerdo al crecimiento económico de la organización.
- Coordinar y revisar la elaboración y pago de la nómina de los trabajadores, con los ajustes correspondientes (horas extras, permisos, control de asistencia reposo entre otros), así como el cálculo de comisiones de los ejecutivos de venta.
- Controlar toda la documentación inherente a la elaboración de las nóminas (permisos, reposos, controles de asistencia, entre otros).
- Realizar los cálculos correspondientes a liquidaciones y vacaciones y registrar información en libro de vacaciones.

### **Asistente de Recursos Humanos**

- Aplica instrumentos de registro de información de cargo, para el análisis de cargos.
- Verifica las referencias de los aspirantes a los cargos.
- Mantiene actualizados los archivos del personal que ha recibido adiestramiento.
- Recibe solicitudes de pagos de beneficios contemplados en los convenios colectivos.
- Chequea el cumplimiento de los requisitos exigidos para el otorgamiento de los beneficios tales como: primas, bonificaciones, becas, pensiones, jubilaciones y otros contenidos en los convenios colectivos.

- Determina a través del estudio de los expedientes y otros documentos del personal, antigüedad o tiempo de servicio del trabajador en la Universidad y/o en otras Instituciones públicas o privadas.
- Actualiza y registra en los expedientes del personal, reposos, permisos, inasistencias y demás información relacionada con el personal de la institución.
- Registra la asistencia del personal de la dependencia.
- Realiza cálculos sencillos de datos para el boletín estadístico del área.
- Chequea diariamente el control de asistencia y detecta fallas.
- Participa con el analista en la elaboración, organización y ejecución de programas y/o actividades de previsión social, higiene y seguridad en el trabajo, recreación y bienestar social para el trabajador.
- Diseña y elabora cartelera de información general y de adiestramiento.
- Rinde cuenta a su superior inmediato de las actividades realizadas cuando así lo requiera.

### **Departamento Administrativo**

- Programar, dirigir, coordinar y supervisar las labores del personal a su cargo.
- Proponer al Ejecutivo proyectos de políticas, normas y procedimientos en materia administrativa, que faciliten el desarrollo y la ejecución de las funciones y operaciones de la institución.
- Controlar y supervisar todas las operaciones de carácter administrativo a su cargo, de manera que se desarrollen acorde a la programación establecida.
- Detectar posibles problemáticas en las áreas administrativas y proponer alternativas de solución.
- Velar por la aplicación del régimen ético y disciplinario en la institución.
- Solicitar asignaciones de fondos, libramientos, cheques y otros.

## **Contador Público**

- Elaborar la información financiera que refleja el “Resultado de la Gestión”.
- Examinar y evaluar los resultados de la gestión, con la finalidad de expresar una opinión objetiva sobre los estados financieros y la gestión que los generó apegados a una ética del ejercicio profesional.
- Diseñar sistemas de información (contable y gerencial) mejorándolos y documentándolos.
- Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras.
- Asesorar a la gerencia en planes económicos y financieros, tales como Presupuestos.
- Llevar a cabo estudios de los problemas económicos y financieros que aquejen las empresas y las instituciones.

## **Asistente Contable**

- Recibe, examina, clasifica, codifica y efectúa el registro contable de documentos.
- Revisa y compara lista de pagos, comprobantes, cheques y otros registros con las cuentas respectivas.
- Archiva documentos contables para uso y control interno.
- Elabora y verifica relaciones de gastos e ingresos.
- Transcribe información contable en un microcomputador.
- Revisa y verifica planillas de retención de impuestos.
- Revisa y realiza la codificación de las diferentes cuentas bancarias.
- Recibe los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante.

- Totaliza las cuentas de ingreso y egresos y emite un informe de los resultados.
- Participa en la elaboración de inventarios.
- Transcribe y accesa información operando un microcomputador.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

#### **4.1.10. Proyectos Estratégicos**

Una vez conocidas las áreas críticas de la Fundación, y definidas las estrategias recomendadas, se debe indicar cómo se llevará a la práctica las soluciones planteadas, es decir, de qué forma se presentará de manera funcional, la propuesta estratégica.

Para hacer realidad los objetivos de la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, se propone aplicar un planteamiento estratégico con proyectos que impliquen acciones específicas relacionadas entre sí, sistematizando y organizando la labor que será llevada a cabo por las áreas involucradas, señaladas de forma clara y evaluadas dentro de la ejecución operativa de las mismas.

Luego los factores claves de éxito de la “Fundación Niños en Mano de Rotary” analizando su realidad actual, sus proyectos estratégicos ya seleccionados apoyarán la consecución de la misión de la Fundación, así como su objetivo principal, la cual se plantea en esta tesis de esta manera:

#### 4.1.10.1 Proyecto 1: Mejora en el Servicio al niño y joven necesitado

**Objetivo:** Ofrecer un servicio y atención al niño y adolescente necesitado de excelencia que diferencie a la “Fundación Niños en Mano de Rotary” de las demás organizaciones de ayuda social enfocadas a niños y jóvenes en la ciudad de Quevedo.

#### Cuadro 16. Operaciones estratégicas

ESTRATEGIAS OPERATIVAS	RESPONSABLES	OBJETIVO
Plan de capacitación en servicio al necesitado dirigido al personal que labora en la Fundación	Coordinadora de Recursos Humanos de la Fundación	Proveer al personal de conocimientos y habilidades que les permitan mejorar su atención al necesitado.

Elaborado por: La Autora

Es importante que la “Fundación Niños en Mano de Rotary” incluya en su filosofía, la orientación de ayuda integral al menor necesitado, pues esto constituye un factor diferenciador que le permitirá situarse un paso delante de otras fundaciones competidoras.

#### 4.1.10.2. Proyecto 2: Capacitación en servicio de la “Fundación Niños en Manos de Rotary”.

**Objetivo:** Proveer de conocimientos a la “Fundación Niños en Manos de Rotary”.

### Cuadro 17. Estrategias operativas

<b>ESTRATEGIAS OPERATIVAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>OBJETIVO</b>
Plan de capacitación en servicio al necesitado dirigido al voluntariado.	Coordinadora de Recursos Humanos de la Fundación	Proveer al voluntariado de conocimientos y habilidades que les permita mejorar su atención al necesitado.
Participación de la comunidad apadrinada en la definición de los obsequios o beneficio masivos a entregarse	Directora de la Fundación	Entregar obsequios que sean de utilidad y agrado de la comunidad apadrinada

Elaborado por: La Autora

Se espera, capacitar a al voluntariado proporcionándolo de conocimientos para que logre la atracción de más personas voluntarias a ser padrinos, es decir, que los apadrinados se sientan gustosos a ser partícipes de los programas sabiendo que van a recibir una atención de calidad.

Además la participación de la comunidad apadrinada en la definición de los obsequios o beneficios masivos que se entregan todos los años, para de esta manera entregar obsequios que sean de utilidad y agrado de la comunidad apadrinada y así incrementar su satisfacción.

#### 4.1.11. Plan de Acción

El plan de acción a presentar, englobará un conjunto de actividades requerida para alcanzar metas definidas con anterioridad. Estarán delimitados con tareas específicas que serán medidas y evaluadas para concretar las estrategias propuestas.

#### 4.1.11.1. Alternativas estratégicas seleccionadas

Con las alternativas estratégicas seleccionadas, es necesario detallar dentro de cada proyecto, las acciones principales para lograr la realización del mismo. De la misma manera, cada actividad debe ser diseñada o programada con su respectivo tiempo de duración, presupuesto, responsable y meta o indicador de éxito.

Para presentar de forma general el escenario estratégico de la “Fundación Niños en Mano de Rotary” y para permitir una mejor visualización del proceso para el planteamiento de estrategias, se ha resumido y se presenta de manera gráfica, la relación entre los niveles de planeación aplicados.

Una vez definidos los objetivos para cada estrategia corporativa, se presentarán proyectos estratégicos que permitan el cumplimiento de dichos objetivos dentro de áreas clave identificadas con el análisis y diagnóstico situacional.

En adelante, las propuestas estratégicas operativas serán detalladas a nivel de actividades para cada una de las estrategias corporativas, lo cual se denominará en conjunto, planes de acción, dirigidos al propósito final, que es el incremento de los niños apadrinados por la “Fundación Niños en Mano de Rotary”.



#### 4.1.11.2 Proyecto Estratégico 1: Mejora en el Servicio al Niño y Joven necesitado

**Plan de acción:** Capacitación en servicio al Niño y Joven necesitado dirigido al personal que labora en la Fundación.

**Proyecto Estratégico:** Mejora en el servicio al niño y joven necesitado.

**Estrategia Básica:** Plan de capacitación en Servicio al niño y joven necesitado dirigido al personal de la “Fundación Niños en Mano de Rotary”.

**Objetivo:** Proveer al personal de conocimientos y habilidades que les permitan mejorar su servicio al niño y joven necesitado.

**Responsable:** Coordinadora de Recursos Humanos de la Fundación.

**Unidad estratégica:** Departamento de Recursos Humanos de la Fundación

**Indicador de Éxito Global:** Incremento en la satisfacción del niño y joven necesitado, en cuanto a la atención y trato recibido por el personal, medido a través de encuestas.

#### Cuadro 18. Tareas 1

TAREAS	TIEMPO	METAS	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS
Determinación de las necesidades y temática que se requiere abordar en la capacitación.	2 días	Contar con la temática que se desea abordar en la capacitación	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano

Revisión de presupuesto y elaboración de la solicitud de compra con todas las especificaciones necesarias para la contratación del capacitador.	1 día	Proporcionar la información necesaria al Directorio de la Fundación para que realice la contratación de la capacitación .	Directora de la Fundación	Humano
Búsqueda de empresas de capacitación y obtención de ofertas	10 días	Obtener ofertas acordes a los requerimientos planteados.	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Análisis de Ofertas y adjudicación	1 día	Realizar una adecuada selección de proveedor	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Contratación	10 días	Asegurar la ejecución de la capacitación .	Directora de la Fundación	Humano Capitador \$1500 Materiales \$100 (lugar, alimentación , transporte) \$1400
Capacitación	1 día	Cumplir la agenda y temática de la capacitación .	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Realización del formato de encuesta de satisfacción del niño y joven	3 días	Realizar una encuesta clara que permita recopilar información	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano Copias \$15

necesitado y reproducción de encuestas.		veraz.		
Aplicación de encuestas.	10 días	Recopilar información veraz	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Análisis y procesamiento de la información.	5 días	Realizar una adecuada tabulación y análisis de la información recopilada	Directora de la Fundación	Humano
Evaluación del personal por el Directorio de la Fundación en cuanto al servicio al niño y joven necesitado.	5 días	Evaluar las actitudes de servicio del personal.	Directorio de la Fundación	Humano
Presentación de resultados.	1 día	Presentar informe de los resultados obtenidos en la fecha estipulada.	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
<b>PRESUPUESTO TOTAL :</b>				<b>\$ 3.015</b>

Elaborado por: La Autora

#### **4.1.11.3. Proyecto Estratégico 2: Capacitación en servicio de la “Fundación Niños en Mano de Rotary”.**

**Plan de acción: Capacitación en servicio al niño y joven necesitado dirigido al voluntariado**

**Proyecto Estratégico:** Mejora en el servicio al niño y joven necesitado.

**Estrategia Básica:** Plan de capacitación en Servicio al niño y joven necesitado dirigido al voluntariado

**Objetivo:** Proveer al voluntariado de conocimientos y habilidades que les permitan mejorar su servicio al niño y joven necesitado.

**Responsable:** Coordinadora de Recursos humanos

**Unidad estratégica:** Departamento de Recurso Humanos

**Indicador de Éxito Global:** 15% de incremento en la satisfacción del al niño y joven necesitado, en cuanto a la atención y trato recibido por el voluntariado, medido a través de encuestas.

#### Cuadro 19. Tareas 2

TAREAS	TIEMPO	METAS	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS
Determinación de las necesidades y temática que se requiere abordar en la capacitación.	2 días	Contar con la temática que se desea abordar en la capacitación	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Revisión de presupuesto y elaboración de la solicitud de compra con todas las especificaciones necesarias para la contratación del capacitador.	1 día	Proporcionar la información necesaria al Directorio de la Fundación para que realice la contratación de la capacitación.	Directora de la Fundación	Humano
Búsqueda de empresas de capacitación	10 días	Obtener ofertas acordes a los	Directora de	Humano

y obtención de ofertas		requerimientos planteados.	la Fundación	
Análisis de Ofertas y adjudicación	1 día	Realizar una adecuada selección de proveedor	Directora de la Fundación	Humano
Contratación	10 días	Asegurar la ejecución de la capacitación.	Directora de la Fundación	Humano Capacitador \$3500 Materiales \$200 (lugar, alimentación, transporte) \$4600
Capacitación	5 día	Cumplir la agenda y temática de la capacitación.	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Realización del formato de encuesta de satisfacción del necesitado y reproducción de encuestas.	3 días	Realizar una encuesta clara que permita recopilar información veraz.	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano Copias \$15
Aplicación de encuestas	10 días	Recopilar información veraz	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Análisis y procesamiento de la información.	5 días	Realizar una adecuada tabulación y análisis de la información recopilada	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Evaluación anual voluntarias	5 días	Evaluar la atención al niño y joven necesitado brindada por el voluntariado	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Presentación de	1 día	Presentar informe de		Humano

resultados.		los resultados obtenidos en la fecha estipulada.	Coordinadora de Recursos Humanos	
<b>PRESUPUESTO TOTAL :</b>				<b>\$ 8.315</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.11.4. Plan de acción: Participación de la comunidad apadrinada en la selección de los obsequios o beneficios masivos.

**Proyecto Estratégico:** Mejora en el servicio al niño y joven necesitado.

**Estrategia Básica:** Participación de la comunidad apadrinada en la selección de los obsequios o beneficios masivos.

**Objetivo:** Entregar obsequios que sean de utilidad y agrado de la comunidad apadrinada.

**Responsable:** Directora de la Fundación

**Unidad estratégica:** Coordinadora de Recursos Humanos

**Indicador de Éxito Global:** Incremento en 5% en la satisfacción del niño y joven necesitado respecto a los obsequios recibidos, medido a través de encuestas de satisfacción del beneficiado.

#### Cuadro 20. Tareas 3

TAREAS	TIEMPO	METAS	RESPONSABLE	RECURSOS NECESARIOS
Elaborar formato de encuesta de preferencias de los menores en cuanto a obsequios.	3 días	Contar con el formato de encuesta	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Revisión de	1 día	Asegurar que las		

formato de encuesta, aprobación y reproducción .		preguntas de la encuesta cumplan el objetivo planteado.	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano Materiales \$ 25
Aplicación de encuestas	10 días	Recopilar información veraz...	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano encuestador 10 días x \$15 = \$ 150
Tabulación de datos, análisis y procesamiento de la información	5 día	Contar con los resultados de las encuestas	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Presentación de informe a dirección.	1 días	Contar con los resultados de las encuestas para la toma de decisiones	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Definición de beneficios masivos a entregarse en base a las encuestas y al presupuesto asignado para ello.	2 día	Realizar una adecuada selección de los obsequios a entregarse	Directora de la Fundación	Humano
Búsqueda de empresas que vendan los artículos definidos.	5 días	Contar con ofertantes competentes.	Directora de la Fundación	Humano alimentación, transporte \$70
Entrega de beneficios masivos en las fechas establecidas		Cumplir con el cronograma de entrega, sin retrasos	Directora de la Fundación	Humano
Elaboración de	10 días	Realizar una		

encuestas de satisfacción del menor en cuanto a beneficios masivos recibidos		encuesta clara que permita recopilar información veraz.	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano Materiales (copias) \$25
Aplicación de encuestas.	10 días	Obtener información veraz	Coordinadora de Recursos Humanos	encuestador 10 días x \$15 = \$ 150
Tabulación de datos, análisis y procesamiento de la información	5 días	Realizar una adecuada tabulación y análisis de la información recopilada	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
Evaluación de la satisfacción del menor en cuanto a obsequios o beneficios masivos recibidos y realización de informe.	2 días	Evaluar la satisfacción del Niño y joven necesitado.	Coordinadora de Recursos Humanos	Humano
<b>PRESUPUESTO TOTAL :</b>				<b>\$ 420</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.1.12. Filosofía institucional

Para difundir la filosofía institucional y afianzar el conocimiento de la comunidad apadrinada acerca de la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, se diseñó actividades que, a través de la interacción con los patrocinados, permitan transmitir los valores, principios e ideales de la Organización. Así, se plantea la realización de un video con la ayuda de patrocinados, que logrará llamar la atención del público objetivo. Esto consigue que se identifiquen con su causa humanitaria y dimensionen el impacto que individualmente tiene en

cada uno, como parte de un grupo vulnerable a situaciones de riesgos inherentes a su realidad socio-económica.

También se refuerza la comunicación de la filosofía de la Fundación a través de afiches colocados en todos los centros comunitarios. Con ello se conseguirá que apadrinados y su familia los recuerden y lean cada vez que se encuentren a la espera de recepción de beneficios masivos, desarrollo de programas o concurran a la “Fundación Niños en Mano de Rotary” por cualquier motivo.

Por otro lado, con el fin de crear lazos con los niños a través de su manera de entender el mundo, se llevan a cabo dramatizaciones con títeres de historias divertidas, donde se expresa sobre la razón de ser de FUNIMAR y el impacto del apoyo que brinda a la comunidad a través de sus principios, valores y objetivos sociales. Estas funciones de títeres se llevan a cabo dos días seguidos por cada centro comunitario, y se espera tener la concurrencia de al menos 500 personas en cada función.

Con las acciones descritas se logrará comprometer a niños y jóvenes apadrinados, con la “Fundación Niños en Mano de Rotary”, y profundizar su conocimiento sobre los principios y razón de ser, lo cual influye en su decisión de dejar de pertenecer a la “Fundación Niños en Mano de Rotary”. Esto se traduce en un incremento de la comunidad apadrinada por disminución de deserciones.

#### **4.1.13. Monitoreo Estratégico**

Un factor clave para el éxito de la planificación estratégica es el monitoreo estratégico, que se lo debe llevar en cascada, es decir, a nivel corporativo, funcional y operativo. Éste proceso lo ejecutan las personas encargadas por el Directorio de la Fundación. Es recomendable realizarla cada cuatro meses, es decir, que en la “Fundación Niños en Manos de Rotary” las personas encargadas de realizar el monitoreo estratégico son delegadas por el Directorio de la Fundación.

La información necesaria para realizar el monitoreo estratégico se obtiene de los planes de acción, el monitoreo corresponde hacerlo, una vez que inicie la ejecución de los planes de acción, razón por la cual, en este trabajo investigativo, no se realiza el monitoreo estratégico, no obstante, se plantea un ejemplo de formato para su aplicación.

## 4.2. Discusión

La planificación es una parte indispensable en el proceso de desarrollo de la “**Fundación Niños en Manos de Rotary**”, pues le proporciona una guía que delimita el camino hacia donde desea llegar, pues al no haber una planificación estratégica de otras fundaciones para incrementar de forma constante el número de niños y jóvenes apadrinados, se llevan a cabo acciones aisladas para beneficio de los patrocinados de acuerdo al presupuesto asignado por la Fundación.

Los puntos principales propuestos para la “**Fundación Niños en Manos de Rotary**”, deben estar acorde con la declaración de visión, misión, políticas, objetivo, principios y valores. Todos los planes de acción que se plantearon luego del análisis de la situación y las estrategias generales propuestas, deben estar sujetas a estas declaraciones, y desarrollarse a través de estrategias operativas que permitan llevar a cabo acciones específicas de acuerdo al presupuesto necesario para ejecutar las mismas.

Según **Evoli (2012)**, indica que la planificación estratégica es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para alcanzar dichas estrategias.

Mientras que **Guerrero (2006)**, menciona que la planificación estratégica es un proceso que permite asegurar la competitividad presente y futura de quien lo impulsa, sea una organización o una institución. Analizando la propia

situación interna y anticipando la evolución del entorno, concreta las ideas en planes y programas de actuación, definidos en el tiempo y en el espacio, formulados en términos de objetivos, medibles, verificables y cuantificados en términos de costo de inversión y resultados. Es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones acerca del quehacer actual y el camino que debe recorrer en el futuro.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1 Conclusiones

La calidad en el servicio que la “Fundación Niños en Mano de Rotary” del cantón Quevedo, no cumple a cabalidad con los estándares de otras fundaciones del país, falta asegurar el compromiso de la **“Fundación Niños en Manos de Rotary”** hacia la satisfacción de las necesidades de los niños, en concordancia con los valores institucionales y el cumplimiento de las demás políticas.

Se determina que la “Fundación Niños en Manos de Rotary”, en lo que concierne a las políticas, no realiza un seguimiento de los niños beneficiados y no existe un envío constante de información de parte de la “Fundación Niños en Manos de Rotary”, a favor de los beneficiarios, falta observar, identificar y especificar dentro del ambiente externo de lo que ocurre con otras fundaciones que se dedican a los mismo, los niños y jóvenes apadrinados, para poder incidir directa e indirectamente en el logro de los resultados esperados.

La planeación estratégica de la “Fundación Niños en Manos de Rotary” del cantón Quevedo está limitada a un período corto de tiempo llegando a realizar el resultado deseado, por tal motivo, se carece de un plan de acción en el servicio de atención a los menores desamparados o de condición de pobreza, así mismo falta llevar a cabo el plan específico para la “Fundación Niños en Manos de Rotary”, sobre el padrinazgo de acuerdo a la misión y visión de la Fundación.

## 5.2 Recomendaciones

Es preciso que la Directiva mejore la calidad en el servicio de la “Fundación Niños en Mano de Rotary” del cantón Quevedo, es necesario cumplir a cabalidad con los estándares de otras fundaciones del país, se necesita asegurar el compromiso de la “Fundación Niños en Mano de Rotary” hacia la satisfacción de las necesidades de los niños, en concordancia con los valores institucionales y el cumplimiento de las demás políticas.

Se recomienda que se realicen seguimiento de las políticas a ejecutarse para beneficio de los niños, con esto se puede constatar si hay mejoría en las falencias encontradas, a favor de los beneficiarios, así mismo observar, identificar y especificar dentro del ambiente externo de lo que ocurre con otras fundaciones que se dedican a los mismo, para así alcanzar el logro de los objetivos

La “Fundación Niños en Manos de Rotary” debe ejecutar el plan de acción propuesto en el servicio de atención a los menores desamparados o de condición de pobreza, así mismo una planeación estratégica que mida los objetivos a lograrse a largo plazo, sobre el padrinazgo de acuerdo a la misión y visión de la Fundación.

## **CAPÍTULO VI**

## **BBIBLIOGRAFÍA**

## 6.1. Literatura citada

BENAVENTE J. (2010). El FODA. Mc Graw Hill. Consultado el 20 de mayo del 2014.

Charles T. Horngren, George Foster, Srikant M. Datar. (2010). Contabilidad de Costos: un enfoque gerencial. México DF, México. Consultado el 20 de mayo del 2014.

CHIAVENATO, I. (2010). Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones. México DF: Thomson Ediciones. Consultado el 19 de septiembre del 2014

CONTRERAS C. (2013). Estudio de Mercado. Consultado el 20 de mayo del 2014.

CONTRERAS R. (2010). El entorno legal de una empresa. Buenos Aires: Marti. Consultado el 19 de septiembre del 2014

CORDOVA L. (2009). La factibilidad económica de la empresa (Cuarta Edición ed.). México DF, México: McGraw Hill. Consultado el 19 de septiembre del 2014

CRECE NEGOCIO. (2011). El Proyecto rentable. México DF. Consultado el 19 de septiembre del 2014

CUARTAS, Fernando. (2010). Estudio de viabilidad. México DF. Consultado el 19 de septiembre del 2014

DICCIONARIO DE MARKETING . (2012). Diccionario. Cultural Ediciones. Consultado el 19 de septiembre del 2014

ESQUIVEL, F. (2010). Microeconomía: Versión para Latinoamérica. México DF, México: Apolo. Consultado el 19 de septiembre del 2014

GAMMAGE, OROZCO. (2011). El trabajo productivo dentro del hogar. México DF, México: Sion. Consultado el 19 de Octubre del 2014

GRATEROL. (2011). El Presupuesto de la empresa. México DF: Juno.Consultado el 19 de Octubre del 2014

HERNADEZ N. (2009). Proyecto de graduación del programa de Ingeniería en Administración deAgronegocios. Tegucigalpa, Honduras.Consultado el 19 de Octubre del 2014

HERNANDEZ E. (2010). Estudio de Mercado (Vol. Octava Edición). México DF, México: Prentice Hall.Consultado el 19 de Octubre del 2014

HERNANDEZ, R. (2010). iNVESTIGACIÓN DE UN PROYECTO.Consultado el 19 de Octubre del 2014

JIMENEZ I, MURO, FERNANDO. (2010). Desarrollo organizacional y humano. Buenos Aires, Argentina: El Cid Editor.Consultado el 19 de Octubre del 2014

KOSULJ, R. (2010). Crisis de la industria del gas en Argentina. Buenos Aires, Argentina: Santiago.Consultado el 19 de Octubre del 2014

KOTLER, ARMSTRONG, CAMARA & CRUZ. (2010). Marketing.(M. Hill, Ed.) Buenos Aires, Argentina: Prentice Hall.Consultado el 19 de Octubre del 2014

KOTLER, CÁMARA, GRANDE & CRUZ. (2011). Dirección del Marketing. Milenium.Consultado el 22 de noviembre del 2014

LOZ M. (2013). Análisis del ambiente interno de una empresa. Consultado el 22 de noviembre del 2014

MALHOTRA K. NARESH. (2012). Investigación de Mercados. Un Enfoque Práctico. México: Prentice Hall Hispanoamericana.Consultado el 22 de noviembre del 2014

MARCIC, Dorothy y DAFT, Richard. (2010). Introduccion a la Administración (Cuarta Edición ed.).Consultado el 22 de noviembre del 2014

MINTZBERG H. Y. QUINN J. (2013). El proceso estratégico, conceptos, contextos y caso. México DF: Prentice Hall.Consultado el 22 de noviembre del 2014

MIRANDA, J. (2010). La oferta y la Demanda (Tercera Edición ed.). México DF, México: McGraw Hill.Consultado el 22 de noviembre del 2014

PATRICIO BONTA & MARIO FARBER. (2010). 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad. Grupo Editorial Norma.Consultado el 22 de noviembre del 2014

PHILIP K. (2012). Dirección de Mercadotecnia (Octava Edición ed.). México DF.Consultado el 22 de noviembre del 2014

RAMON. (2010). Aprender marketing Elementos del Marketing Mix.México DF: México Ediciones.Consultado el 22 de noviembre del 2014

RANDALL G. (2013). Principios de marketing. México DF, México: Thompson Editores Sapin.Consultado el 29 de noviembre del 2014

SALLAN, O. (2009). La funcion de la Empresa. Mexixo DF.Consultado el 29 de noviembre del 2014

SELLER, R. (2010). El uso eficiente de los recursos productivos. Alicante, España: McGraw Hill.Consultado el 29 de noviembre del 2014

STONE, JAMES Y FREEMAN. (2010). Administración. Prentice Hall.Consultado el 29 de noviembre del 2014

THOMPSON, A. y STRICKLAND, A. (2010). Dirección y Administración Estratégica. McGraw Hill Editores.Consultado el 29 de noviembre del 2014

WILLIAM C. (2011). Plan de Mercadotecnia (Tercera Edición ed.). México DF.Consultado el 29 de noviembre del 2014

## 6.2. Linkografía

<http://capitalhumano1maribel.blogspot.com/2013/04/analisis-del-ambiente-interno-y-externo.htm>

CALVO, C. (2010). El Control estratégico. Consultado el 19 de septiembre del 2014  
<Http;;;://www.mercadeo.com/blog2010/01/el-control-estrategico/>. Consultado el 29 de noviembre del 2014

[www.usaevehair.com](http://usaevehair.com/). (2014). Consultado en el sitio <http://usaevehair.com/>  
Guías pelucas para pacientes con cáncer. Consultado el 29 de noviembre del 2014

CLUB ROTARIO QUEVEDO. (2014). Fundación Rotary.  
<http://rotaryclubq7deoctubre.org/index.php/styles/inicio>. Consultado el 30 de noviembre del 2014

CRECENEGOCIOS. (2013). Los objetivos de una empresa. Consultado en el sitio <http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>. Consultado el 29 de noviembre del 2014

CANDAMIL, M. (2014). El diagnóstico situacional del mercado internacional. Consultado en el sitio

<http://prezi.com/imtgszanq3ad/copy-of-mercado-internacional/>. Consultado el 29 de noviembre del 2014

SENPLADES. (2012). Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Quito, Ecuador: Consultado en la dirección <http://www.planificacion.gob.ec/>. Consultado el 29 de noviembre del 2014

## **CAPÍTULO VII**

### **ANEXOS**

## 7.1. Anexos

### Anexo 1

<b>CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2010</b>				
<b>Nº</b>	<b>POBLACIÓN DEL CANTÓN QUEVEDO</b>	<b>SEXO</b>		<b>TOTAL</b>
	<b>GRUPOS POR EDAD</b>	<b>VARONES</b>	<b>MUJERES</b>	
1.	Menor de 1 año	1.608	1.516	3.124
2.	De 1 a 4 años	7.638	7.289	14.927
3.	De 5 a 9 años	9.535	9.440	18.975
4.	De 10 a 14 años	9.951	9.495	19.446
5.	De 15 a 19 años	8.678	8.607	17.285
6.	De 20 a 24 años	7.558	8.031	15.589
7.	De 25 a 29 años	6.843	7.179	14.022
8.	De 30 a 34 años	6.260	6.486	12.746
9.	De 35 a 39 años	5.651	5.745	11.396
10.	De 40 a 44 años	5.132	5.167	10.299
11.	De 45 a 49 años	4.612	4.597	9.209
12.	De 50 a 54 años	3.681	3.555	7.236
13.	De 55 a 59 años	2.882	2.825	5.707
14.	De 60 a 64 años	2.209	2.136	4.345
15.	De 65 a 69 años	1.643	1.803	3.446
16.	De 70 a 74 años	1.299	1.219	2.518
17.	De 75 a 79 años	842	742	1.584
18.	De 80 a 84 años	493	502	995
19.	De 85 a 89 años	210	239	449
20.	De 90 a 94 años	74	128	202
21.	De 95 a 99 años	20	45	65
22.	De 100 años y más	2	8	10
	<b>TOTAL</b>	<b>86.821</b>	<b>86.754</b>	<b>173.575</b>

Fuente: (INEC, 2010)

## **Anexo 2 Entrevista**

### **¿Cómo considera usted el trabajo de la Fundación Niños en Manos de Rotary”?**

Es lo mejor que hasta ahora ha realizado la Fundación Rotary a nivel nacional en beneficio de los niños, de igual manera, una oportunidad para que las personas puedan brindar su ayuda por los niños necesitados.

### **¿Qué tipo de planes tienen pensado realizar en ayuda de los niños?**

Tenemos muchos planes en beneficio para los niños, con el transcurso de lo que transcurre el año, se establece realizar diversas actividades y solicitar donaciones para cumplir con lo que se desea.

### **¿Qué piensa la comunidad sobre la Fundación “Manos de Rotary”?**

La comunidad ha aceptado a la Fundación con gran beneplácito, incluso ha colaborado con donaciones en materiales y dinero lo cual ha facilitado la realización de nuestros anhelos en pos de brindar una ayuda a los niños de nuestra comunidad.

### **¿Qué opinión nos daría sobre el proyecto de padrinazgo para los menores?**

Que es una excelente idea, sobre todo como usted la detalla en la propuesta de su investigación, le aseguro que estaremos pronto a desarrollarlo ya que los beneficios serán enormes para muchos niños de nuestra localidad.

### Anexo 3 Encuestas aplicada a la población en el cantón Quevedo



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

### ENCUESTAS APLICADA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN QUEVEDO

**Objetivo:** Elaborar un Plan Estratégico para mejorar el servicio.

**Instrucciones:** Marque con una X la respuesta que usted considere apropiada.

**1. ¿Ha escuchado usted alguna vez de la Fundación Niños en Manos de Rotary, en la ciudad de Quevedo?**

- Si
- No

**2. ¿Cómo considera la labor que realiza la Fundación Niños en Manos de Rotary, en la ciudad de Quevedo en lo relacionado a ayudar a los niños necesitados?**

- Excelente
- Más o menos
- Pésima atención
- Da mucho que desear

**3. ¿Qué busca al momento de elegir un centro médico?**

- Buen trato
- Consulta económica
- Calidad de servicio

**4. ¿Cree usted que es necesario realizar un Plan estratégico que mejore la atención de la Fundación Niños en manos de Rotary?**

Por supuesto

Sería Oportuno

No Lo Sabe

Puede ser

**5. ¿Señale un aspecto que consideraría mejorar en la Fundación Niños en manos de Rotary?**

Infraestructura

Calidad de atención

Precios módicos

Aumento de tecnología

**Anexo 4. Encuestas dirigida a los miembros del Club Rotario en el cantón Quevedo**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**ENCUESTAS DIRIGIDA A LOS MIEMBROS DEL CLUB ROTARIO DEL CANTÓN QUEVEDO**

**Objetivo:** Elaborar un Plan Estratégico para mejorar el servicio

**Instrucciones:** Marque con una X la respuesta que usted considere apropiada

**1. ¿Considera Ud. que en la Fundación Niños en manos de Rotary se debe implementar un Plan Estratégico?**

Si

No

**2 ¿Han recibido propuestas para mejorar mediante un plan estratégico el propósito de la visión y la misión de la Fundación?**

Varias Veces

No Recuerdo

Nunca

**3. ¿Se atiende de manera eficiente a los necesitados que buscan ayuda en la Fundación Niños en manos de Rotary de acuerdo al apoyo que reciben de donadores o instituciones altruistas?**

Si

No

A veces

**4. ¿Existe alguna planificación estratégica que pueda servir para mejorar la atención de los niños que necesitan la ayuda de la Fundación Niños en manos de Rotary?**

Si

No lo sabe

No

**5. ¿Cree usted que es necesario que a través de la presente investigación, se presente un diseño de un Plan Estratégico en beneficio de la “Fundación Niños en Mano de Rotary” en el cantón Quevedo?**

Si

No

Puede ser

Anexo 5. Fotos realizadas en la Fundación Niños en Manos de Rotary

