



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN
ADMINISTRATIVA DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS
“TRANSOLOCOMSA S.A” DE LA COMUNA SINCHAL, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2018.”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN AL TÍTULO
DE**

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

JOHN DARLIN GRANADOS RODRÍGUEZ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2019



TEMA:

“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS “TRANSOLOCOMSA S.A” DE LA COMUNA SINCHAL, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.”

AUTOR:

Granados Rodríguez John Darlin

TUTOR:

Dr. Humberto Peña

RESUMEN

El presente trabajo de investigación está direccionado en proponer un plan estratégico para la compañía de taxis Transolocomsa S.A. con el objetivo de mejorar la gestión administrativa, debido a que carecen de una planificación estratégica, esto provoca la inexistencia de una planificación formal de sus actividades, de una filosofía organizacional, ocasionando que las gestiones se la realicen de manera empírica. La metodología que se utilizó en esta investigación es de tipo descriptiva con enfoque cualitativo y cuantitativo, al mismo tiempo se implementó los métodos inductivo, deductivo y analítico- sintético, también se utilizó técnicas de investigación como la entrevista y la encuesta para la recolección de datos reales y relevantes de la compañía. Con los datos obtenidos se determinó que existe una inadecuada gestión debido que es empírica, por lo tanto, es primordial implementar un plan estratégico donde se determinen las estrategias adecuadas que ayuden en las actividades de los administradores y colaboradores para la consecución de los objetivos organizacionales como por ejemplo capacitaciones, el mismo que permita mejorar el servicio de taxis satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes.

Palabras Claves: Plan, estrategias, gestión, transporte, taxis, clientes.



TEMA:

“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS “TRANSOLOCOMSA S.A” DE LA COMUNA SINCHAL, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018.”

AUTHOR:

Granados Rodríguez John Darlin

ADVISOR:

Dr. Humberto Peña Rivas

ABSTRACT

The present research work is aimed at proposing a strategic plan for the taxi company Transolocomsa S.A. With the aim of improving administrative management, because they lack strategic planning, this causes the absence of formal planning of their activities, of an organizational philosophy, causing the management to be carried out empirically. The methodology used in this research is descriptive with a qualitative and quantitative approach, at the same time the inductive, deductive and analytical-synthetic methods were implemented research techniques such as the interview and the data collection survey were also used real and relevant company. With the data obtained it was determined that there is an inadequate management because it is empirical, therefore, it is essential to implement a strategic plan where the appropriate strategies that help in the activities of the administrators and collaborators for the achievement of the organizational objectives are determined as For example, training, the same that allows to improve the taxi service satisfying the needs and expectations of the clients.

Keywords: Plan, strategies, management, transport, taxis, customers.

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.

En calidad de profesor guía del trabajo de titulación, **"PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS TRANSOLOCOMSA S.A. DE LA COMUNA SINCHAL, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018"**, elaborado por John Darlín Granados Rodríguez, egresado de la Carrera Administración de empresas, facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta los estándares académicos y científico, razón por el cual la apruebo en todas sus partes.

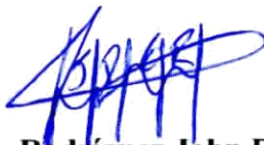


PhD. Humberto Peña Rivas
PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.

El presente trabajo de titulación con el título de "**PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA COMPAÑIA DE TAXIS TRANSOLOCOMSA DE LA COMUNA SINCHAL, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2018**", elaborado por **John Darlin Granados Rodríguez**, declaro que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica, educativa, empresarial y administrativa.

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la **facultad de Ciencias Administrativa** de la **Carrera Administración de Empresas** pasan a tener derechos autorales correspondiente; que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y, a su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.



Granados Rodríguez John Darlin
C.I. 0927266627

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme vida, sabiduría y fuerza para seguir con mis objetivos anhelados, entre ellos culminar con éxito mi trabajo de titulación y obtener un afable título profesional.

A mi familia que fueron mis mayores promotores durante este proceso, por brindarme su ayuda en este camino y apoyarme en cada proceso de mi vida y siempre estar conmigo.

A los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena por compartir sus conocimientos con la mejor predisposición y paciencia durante la preparación de mi carrera universitaria.

A los directivos y socios de la compañía de taxis Transolocomsa S.A. por la colaboración y apertura en brindar información relevante para el desarrollo de mi trabajo de titulación.

JOHN

DEDICATORIA

A Dios por darme inteligencia, guiar mi camino y dirigirme el sendero correcto para culminar mi trabajo de titulación.

A mis padres Sr Efraín granados y Sra. Cristina Rodríguez, por el apoyo incondicional desde que inicie mi carrera universitaria, quienes son mi principal inspiración y motor para culminar mis estudios y todo lo que proponga.

JOHN

TRIBUNAL DE GRADO




Ing. Mercedes Freire Rendón, MBA
**DECANA (E) DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



Ing. Mercedes Freire Rendón, MBA
**DIRECTORA (E) DE LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



PhD. Humberto Peña Rivas
DOCENTE TUTOR



Ing. Sabina Villón Perero, MSc
PROFESOR DE ÁREA



AB. Víctor Coronel Ortiz. Msc.
SECRETARIO GENERAL (E)

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	ii
ABSTRACT.....	iii
APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA.....	iv
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
TRIBUNAL DE GRADO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
INDICE DE ANEXOS	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	8
MARCO TEORICO	8
1.1. Revisión de la literatura	8
1.2. Desarrollo de teorías y conceptos.	15
1.2.1. Plan Estratégico	15
1.2.1.1. Estrategias	16
1.2.1.2. Visión	17
1.2.1.3. Misión	18
1.2.1.4. Objetivos	19
1.2.1.5. Valores	20
1.2.1.6. Diagnóstico Situacional	21
1.2.1.6.1. F.O.D.A.....	21
1.2.1.7. Implementación de Estrategias	22
1.2.1.7.1. Estructura Organizacional.....	22
1.2.1.7.2. Plan de acción	23
1.2.2. Gestión Administrativa	24
1.2.2.1. Actividad.....	25
1.2.2.1.1. Servicio	25
1.2.2.2. Etapas del Proceso administrativo	26
1.2.2.2.1. Planeación	26
1.2.2.2.2. Organización	27
1.2.2.2.3. Dirección.....	28

1.2.2.2.4.	Control	29
1.2.2.3.	Recursos	30
1.2.2.3.1.	Recursos Humanos.....	30
1.2.2.3.2.	Materiales.....	30
1.2.2.3.3.	Tecnológicos	31
1.3.	Fundamentos: Sociales, Psicológicos, Filosóficos y Legales	32
1.3.1.	fundamentos sociales	32
1.3.2.	fundamentos Psicológicos.....	33
1.3.3.	Fundamentos Legales.....	33
CAPÍTULO II	38
MATERIALES Y MÉTODOS	38
2.1.	Tipos de investigación	38
2.2.	Enfoque.....	39
2.3.	Métodos de la investigación.....	39
2.4.	Diseño de muestreo.....	40
2.4.1.	Población.....	40
2.4.2.	Muestra	42
2.5.	Diseño de recolección de datos.....	42
CAPÍTULO III	44
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
3.1.	Análisis de datos	44
3.1.1.	Análisis de la entrevista	44
3.1.2.	Análisis de la encuesta-socios.....	48
3.1.3.	Análisis de la encuesta –Usuarios.....	62
3.2.	Limitaciones.....	75
3.3.	Resultados	75
3.4.	Propuesta.....	78
3.4.1.	Introducción	78
3.4.2.	Justificación	79
3.4.3.	Planificación Estratégica.....	80
3.4.3.1.	Misión	80
3.4.3.2.	Visión.....	80
3.4.3.3.	Objetivos	80
3.4.3.3.1.	Objetivo General	80

3.4.3.3.2.	Objetivos específicos	80
3.4.3.3.3.	Valores	81
3.4.3.4.	Diagnostico Situacional	82
3.4.3.4.1.	FODA.....	82
3.4.3.4.2.	Matriz estratégica FODA	83
3.4.3.5.	Implementación de estrategias	84
3.4.3.5.1.	Estructura Organizacional.....	84
3.4.3.5.2.	Funciones de cada miembro de la compañía.....	84
3.4.3.5.3.	Estrategias	85
3.4.3.5.4.	Plan de Acción	87
3.4.3.6.	Proceso Administrativo.....	90
3.4.3.6.1.	Planeación.....	90
3.4.3.6.2.	Organización	90
3.4.3.6.3.	Dirección.....	91
3.4.3.6.4.	Control	92
3.4.3.7.	Presupuesto	92
3.4.3.7.1.	Recursos Humanos.....	92
3.4.3.7.2.	Recursos materiales.....	93
3.4.3.7.3.	Recursos Tecnológicos	93
3.4.3.7.4.	Imagen Corporativa.....	93
3.4.3.7.5.	Capacitaciones	94
3.4.3.7.6.	Presupuesto total	94
	CONCLUSIONES.....	95
	RECOMENDACIONES.....	96
	ANEXOS.....	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población.....	41
Tabla 2 Clientes fijos de la Compañía	41
Tabla 3 Género Emprendedores	41
Tabla 4 Muestra.....	42
Tabla 5 Diseño de recolección de datos	42
Tabla 6 Nivel de Instrucción	48
Tabla 7 Filosofía	49
Tabla 8 Plan Estratégico.....	50
Tabla 9 Estructura Organizacional.....	51
Tabla 10 F.O.D.A.....	52
Tabla 11 Identificación de competencia	53
Tabla 12 Programas y Proyectos.....	54
Tabla 13 Servicio	55
Tabla 14 Recursos Tecnológicos	56
Tabla 15 Planificación Formal	57
Tabla 16 Capacitaciones	58
Tabla 17 Ambiente	59
Tabla 18 Control	60
Tabla 19 Directivos	61
Tabla 20 Edad	62
Tabla 21 Género-Clientes	63
Tabla 22 Nivel de Instrucción	64
Tabla 23 Valores Corporativos	65
Tabla 24 Plan Estratégico.....	66
Tabla 25 Trato brindado.....	67
Tabla 26 Ética	68
Tabla 27 Preferencias.....	69
Tabla 28 Expectativas del servicio.....	70
Tabla 29 Satisfacción	71
Tabla 30 Tarifa.....	72
Tabla 31 Seguridad	73
Tabla 32 Mecanismos de control	74
Tabla 33 Recursos Humanos.....	92
Tabla 34 Recursos Materiales	93
Tabla 35 Recursos Tecnológicos	93
Tabla 36 Imagen Corporativa.....	93
Tabla 37 Capacitaciones	94
Tabla 38 Presupuesto Total.....	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1 Nivel de Instrucción	48
Grafico 2 Filosofía	49
Grafico 3 Plan Estratégico	50
Grafico 4 Estructura Organizacional	51
Grafico 5 F.O.D.A.....	52
Grafico 6 Identificación de competencia	53
Grafico 7 Programas y Proyectos.....	54
Grafico 8 Servicio	55
Grafico 9 Recursos Tecnológicos	56
Grafico 10 Planificación Formal	57
Grafico 11 Capacitación.....	58
Grafico 12 Ambiente.....	59
Grafico 13 Control	60
Grafico 14 Directivos	61
Grafico 15 Edad	62
Grafico 16 Género-Clientes	63
Grafico 17 Nivel de Instrucción	64
Grafico 18 Valores Corporativos	65
Grafico 19 Plan Estratégico	66
Grafico 20 Trato brindado.....	67
Grafico 21 Ética	68
Grafico 22 Preferencias.....	69
Grafico 23 Expectativas del servicio.....	70
Grafico 24 Satisfacción	71
Grafico 25 Tarifa.....	72
Grafico 26 Seguridad	73
Grafico 27 Mecanismos de control	74

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Matriz de Consistencia.....	101
ANEXO 2 Encuestas Socios	103
ANEXO 3 Encuestas Clientes.....	105
ANEXO 4 Guía de Entrevista.....	107
ANEXO 5 Fotos.....	108
ANEXO 6 Carta Aval	109

INTRODUCCIÓN

En este punto a nivel macro el transporte es un factor muy reconocido, debido que une los grandes países y por el alto despliegue de varios factores que aportan con el desarrollo de las poblaciones de cada uno de los sectores del país.

El transporte es una fuerza motriz fundamental del desarrollo económico y social; genera oportunidades para los pobres y habilita a las economías a ser más competitivas. La infraestructura de transporte sirve de nexo entre las personas y el empleo, la educación y los servicios de salud. También posibilita el suministro de bienes y servicios en todo el mundo, y facilita la interacción entre las personas y la generación de conocimientos y soluciones que propician el crecimiento a largo plazo. Por ejemplo, las carreteras rurales pueden contribuir a la prevención de defunciones maternas al permitir el acceso oportuno a la atención del parto, aumentar la escolarización de las niñas, e incrementar y diversificar los ingresos de los agricultores al conectar a estos con los mercados. (Banco Mundial , 2018)

En este punto a nivel meso se han venido desarrollando con el gobierno del Eco. Rafael Correa Delgado, enmarcando que construyó carreteras a nivel nacional y una de las partes que tuvieron estos beneficios, específicamente en la zona norte fue desde Comuna Valdivia hasta la comunidad de Loma alta con remodelación y lastrado de carreteras, de esta forma mejoro la viabilidad de los pequeños productores y las poblaciones en general.

A nivel micro la empresa prestaba los servicios en la parroquia de Manglaralto, de manera ilegal, pero con el transcurrir del tiempo y los beneficios que otorgó el

gobierno, siendo esta un aporte fundamental para las creaciones de compañía de taxis.

El insuficiente conocimiento de los factores administrativos genera que los directivos y principales accionistas, no tengan idea de lo que es la visión, visión y objetivos de la empresa, por lo cual ha debilitado a su desarrollo y mejoramiento en la gestión administrativa.

Los seres humanos siempre buscan la manera de alcanzar metas de forma individual y es por esta razón que se han conformado grupos, la administración y la planificación estratégica como materiales idóneos para afirmar la conexión de los esfuerzos individuales, donde queremos llevar nuestra empresa.

Para el mejoramiento de los conocimientos empresariales de la compañía de transporte de taxis “TRANSOLOCOMSA S.A” se debe realizar un oportuno diagnóstico, de esta manera se planifica dentro de la microempresa, debido que es uno de los procesos fundamentales para alcanzar los objetivos y mediante este esquema podemos obtener una visión clara de la compañía y el entorno donde se desenvuelve, esto se lo denomina: FODA.

Para frenar la problemática que se encuentra en la compañía de transporte de taxis “TRANSOLOCOMSA S.A” nos inclinamos en el direccionamiento de su gestión administrativa actual, viendo la necesidad de organizar sus procesos y actividades por medio del plan estratégico.

Pero la poca importancia de los socios al realizar un plan estratégico para la compañía ha logrado que los directivos no conozcan los beneficios y ventajas que

optimizan recursos en la parte administrativa; al igual que el manejo de la tecnología favorable.

Actualmente la compañía de transporte en taxi cuenta con 21 socios, con una cobertura local. Actualmente no cuenta con planes estratégicos donde ayude a orientar y mejorar sus actividades con eficiencia y eficacia, al efectuar los planes no es simplemente un plan si no un diagnóstico o registro de programas que ayuden al desarrollo de la compañía.

Una vez determinada la situación actual de los taxistas de la comuna Sinchal en cuanto a la prestación de servicio de taxis se evidencia la necesidad de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la compañía de taxis en la comuna.

La **formulación del problema** corresponde a la siguiente interrogante: ¿Cómo afecta la inexistencia de un plan estratégico en la gestión administrativa de la compañía de taxis Transolocomsa S.A.?

Las interrogantes a las que se pretende responder con situación problemática son:

- ¿Cuáles son las bases teóricas que fundamentan a él plan estratégico de la compañía de taxis Transolocomsa S.A.?
- ¿Qué técnicas son necesarias para la evaluación actual de la compañía de taxis Transolocomsa S.A.?
- ¿Cuáles son las herramientas y técnicas aplicadas en la compañía de taxis Transolocomsa tener un buen funcionamiento administrativo?

- ¿Un plan estratégico es lo que necesita la compañía de taxis Transolocomsa para mejorar los procesos administrativos?

El proyecto pretende alcanzar el siguiente **objetivo general**: Diseñar un plan estratégico para la compañía de taxis Transolocomsa S.A mediante un diagnóstico situacional externo e interno de la empresa lo cual permitirá crear estrategias para el direccionamiento de la gestión administrativa.

Las tareas científicas que expresan las necesidades de solución a la problemática corresponden:

- Fundamentar con bases teóricas las temáticas de plan estratégico y la gestión administrativa de acuerdo al criterio de varios autores.
- Aplicar instrumentos metodológicos que permitan el levantamiento de información para el diagnóstico actual de la compañía de taxis “Transolocomsa S.A”
- Analizar las herramientas y técnicas aplicadas actualmente en la administración de la compañía de taxis “Transolocomsa S.A”
- Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la compañía de transporte de taxis “Transolocomsa S.A” de la Comuna Sinchal, Provincia de Santa Elena año 2018.

La contribución **teórica** de la investigación se fundamenta en conceptos y definiciones de diferentes autores sobre las variables, dimensiones e indicadores.

La compañía de transporte de taxis “Transolocomsa S.A” ha empleado procesos y

funciones efectuados de manera empírica, a efecto de la práctica diaria, pero se lo ha estado realizando de forma aceptable, es allí donde nace la idea de realizar un plan estratégico, donde se obtendrá una mejor alineación tanto en su estructura, también en cada uno de los departamentos, para de esta forma mejorar la gestión administrativa, ya que son la base fundamental para el logro de los objetivos.

El desarrollo del presente estudio propone un **diseño metodológico** con un alcance descriptivo, por otro lado, también se considera la investigación documental y de campo; se contempla el uso de fuentes bibliográficas, documentos para el sustento del marco teórico, así como para la elaboración de los diferentes instrumentos como entrevistas, encuestas y fichas de observación.

La justificación práctica se pretende brindar una empresa altamente competitiva a nivel local, tanto en servicio como en infraestructura a nuestras comunidades, de esta forma elevar el nivel socio económico de los socios, impulsando al ahorro de la inversión de los fondos, contando con el esfuerzo moral, social e intelectual de sus integrantes. En la actualidad las empresas representan más competitividades inmersas a sus departamentos y cada vez desarrollan más estrategias con el fin de encontrar el éxito. En la investigación planteada es de gran importancia debido a que se mostrara información notable sobre el servicio de transportación de taxis y su situación actual. La indagación es sumamente necesaria porque ayudara al desarrollo y mejoramiento del servicio que en la actualidad brinda.

El progreso de la compañía y los delimitados recursos de esta como tal, para poder ejecutar una administración eficaz y eficiente, de tal manera que se propone la

necesidad de plantear un plan estratégico para la compañía de taxis “Transolocomsa S.A” la misma que aportara a perfeccionar la administración de los recursos que posee.

En la presente investigación se receptaron datos reales que contribuyeron para el desarrollo del estudio. Es por esta razón que, para alcanzar el cumplimiento de los objetivos, se apoyó en el empleo de técnicas de investigación, con obtención de datos por medio de encuestas y entrevistas aplicadas a los socios, directivos y usuarios de este servicio.

El efecto de la investigación ayudará con soluciones a corto, mediano y largo plazo a las dificultades que afectan al establecimiento, creando una correcta organización, de igual forma aportará a una administración adecuada.

De igual manera podrá servir como base de otras compañías sus sistemas con similares o con investigaciones que tengan relación con el tema y además ayudará con el desarrollo de otras tesis fortaleciendo los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria.

La idea de defender del proyecto es:

“El diseño de un plan estratégico mejorará la gestión administrativa de la compañía de taxis “Transolocomsa S.A” de la comuna de Sinchal, provincia de Santa Elena, año 2018.”

VARIABLE INDEPENDIENTE: Plan estratégico

VARIABLE DEPENDIENTE: Gestión administrativa

El contenido de la investigación comprende una introducción que está considerada adecuado al tema de investigación, el problema con su formulación y sistematización, además de los objetivos que está determinado por los objetivos generales y tareas científicas, justificación e idea a defender.

El capítulo I *MARCO TEÓRICO* donde se consideran tres aspectos: Revisión de la literatura donde se fundamenta las bases teóricas y bibliográficas que sustentan la investigación, el desarrollo de teorías y conceptos de las diferentes dimensiones e indicadores correspondientes a las variables definidas para la investigación y por último los Fundamentos, sociales, filosóficos, psicológicos y legales.

El capítulo II está fundamentado en los *MÉTODOS* y *MATERIALES*, el cual se desarrolla el tipo de investigación, Métodos de la investigación., diseño de muestreo y diseño de recolección de datos.

El capítulo III muestra los *RESULTADOS Y DISCUSIÓN* en donde se realiza el análisis de datos, se establece las limitaciones, se presentan los resultados, con las respectivas conclusiones y recomendaciones, se detalla la propuesta del plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la compañía de taxis.

CAPÍTULO I

MARCO TEORICO

1.1.Revisión de la literatura

Para el cumplimiento de los objetivos se aplicaron métodos como observación, entrevistas y encuesta lo cual permitió establecer los procesos de descripción e interpretación cualitativa y cuantitativo, para el desarrollo se basa en un modelo estratégico, enfocado en los problemas que afectan a la empresa teniendo la colaboración de directivos, accionistas y población del Comuna Sinchal y sus alrededores

También con esta participación se logró realizar un diagnóstico de su situación actual que atraviesa la compañía, conociendo su problemática, requerimiento y las posibles soluciones con la necesidad de un plan estratégico por su filosofía, misión, visión, objetivos, principios programas, proyectos, estrategias, valores y se realizó un análisis externo e interno de la compañía, para destacar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas formando políticas que ayuden dentro de la compañía, como también los procedimientos que deben respetar. Mediante la correcta aplicación llevarán al fortalecimiento de la compañía a un liderazgo empresarial. Poniendo en marcha esta propuesta para que a futuro se logre el crecimiento y desarrollo con el cumplimiento de sus metas.

Por lo antes expuesto se reunieron trabajos de investigación publicados, mismos que se detallan a continuación.

Nombre de la tesis #1: “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA EN TAXI CONVENCIONAL PUERTOSAN S.A DEL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2013 – 2018”.

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA (UPSE)

(Tigrero, 2013) Facultad De Ciencias Administrativa. Tesis para optar el grado académico de Ingeniero en Administración de Empresas. La Libertad – Ecuador, se utiliza una herramienta fundamental que permita cubrir todas las necesidades de la gestión administrativa en establecer estrategias y que por medio de esto plantear soluciones estables en la toma de decisiones en un futuro.

Problema General: Debido a la necesidad que existe por parte de los usuarios, surge la ASOCIACIÓN DE PROPIETARIOS DE AUTOMÓVILES “15 DE ABRIL” fundada el 15 de abril del 2005, pero debido al reglamento que exige la ley de compañías se procede a realizar los trámites correspondientes para su debida constitución es así que en el 2011 se constituye como Compañía de transporte en taxi convencional “Puerto San S.A”, que es una institución con alrededor de 8 años de servicio, la misma que está dedicada al traslado de personas a nivel local, provincial y nacional.

Objetivo General: Evaluar las gestiones administrativas a través de un estudio inter-organizacional para la implementación de estrategias empresariales lo cual

permitirá establecer habilidades que impulsen el desarrollo y fortalecimiento de la misma.

Metodología: El trabajo a desarrollar servirá de apoyo para demostrar que la investigación y elaboración de estrategias empresariales son fundamentales para dar solución a los problemas de administración y contribuir con el progreso de cambio de la institución, y de esta manera mejorar la atención al cliente. Es decir, que la propuesta expuesta estará basada en la investigación de campo, que trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. ya que de esta forma se 55 obtendrán los datos que nos proporcionen los usuarios y detectar aspectos más relevantes para ser analizados. De igual forma será aplicada la investigación documental que contribuirá y permitirá finalizar una propuesta bien estructurada.

Instrumento de recolección de datos: para la respectiva observación y recolección de datos se utilizó una guía de cuestionario para las entrevistas, un cuestionario con escala de Likert para las encuestas.

Conclusiones:

- La utilización de manera óptima de los recursos de la Compañía PUERTOSAN S.A le ha permitido mantenerse en el mercado como una organización estable.
- Los directivos de la compañía utilizan estrategias empíricas que le han ayudado a conservar la institución.

- La compañía es una organización que necesita desarrollarse, por eso debe analizar sus procesos Administrativos y Financieros para establecerse como una compañía competitiva en el mercado.

Recomendaciones:

- Los directivos deben de socializar todo lo que la institución acontezca y permitir que los socios participen y aporten, ya que éstos son los que están en contacto con los clientes y así poder llegar a una solución inmediata a problemas o necesidades que presente la compañía.
- La implementación de estrategias y políticas organizacionales es lo primordial para que una institución progrese con eficiencia.
- Mediante estrategias empresariales le permitirá a la compañía cumplir con sus objetivos además de obtener conocimientos en las diferentes capacitaciones y adquirir mayores ideas para el desarrollo de la organización.

Nombre de la tesis #2: “Planificación Estratégica para la Compañía de Taxi Ejecutivo Sur Amigo Express Suramex S.A de la Ciudad de Loja Periodo 2016 – 2021”

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

(Gutiérrez, 2017) Faculta Área Jurídica, Social y Administrativa. Tesis para optar el grado académico de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Auditor.

Problema general: Los principales resultados tienen que ver con una incipiente práctica de la planificación estratégica, desconocimiento de los fundamentos científico técnicos de la gestión en el manejo empresarial por parte de los directivos, ausencia de un verdadero plan estratégico que guíe las acciones individuales y colectivas hacia metas grandes, de igual forma se identificaron importantes fortalezas entre las que están: el compromiso de los socios con los objetivos planteados.

Objetivo general: Diseñar y ejecutar un plan de capacitación sistemática, previo el análisis de los requerimientos de capacitación de acuerdo a las funciones que cumplen dentro de la compañía.

Metodología:

Conclusiones: Al término del presente trabajo de Unidad de Titulación Especial se llegó a formular las siguientes conclusiones:

- La compañía no cuenta con un plan de capacitación dirigido a los accionistas y directivos lo cual resta competitividad frente a empresas que ofertan servicios de transporte similares.
- La entidad se mantiene al margen de la utilización de medios comunicación para la difusión y conocimiento de la empresa y los servicios que oferta la

misma a los clientes, lo que disminuye el incremento de usuarios, que de manera frecuente hacen uso de este medio de transporte para trasladarse a diferentes sectores.

Recomendaciones: Para finalizar este trabajo de Unidad de Titulación Especial y luego de haber alcanzado los objetivos propuestos se establece las siguientes recomendaciones:

- Motivar y capacitar a los accionistas y directivos de la compañía en temas afines con la labor que desempeñan diariamente, fin de que apliquen los conocimientos adquiridos en la atención a los clientes y en la gestión de la empresa, desarrollando de esta manera la cultura de la planificación y evaluación.
- Fortalecer la imagen corporativa mediante la medición del nivel de satisfacción de los clientes y la difusión en los distintos medios de comunicación a fin de que se incremente en los usuarios el nivel de confianza en los servicios que se ofertan.

Nombre de la tesis #3: “Plan estratégico y su incidencia en la gestión de la compañía transporte de carga liviana Camiflepen s.a. Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017”.

Datos bibliográficos:

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA (UPSE)

(Tomalá, 2019) Facultad De Ciencias Administrativa. Tesis para optar el grado académico de Ingeniero en Administración de Empresas. La Libertad – Ecuador, se utiliza una herramienta fundamental que permita cubrir todas las necesidades de la gestión administrativa en establecer estrategias y que por medio de esto plantear soluciones estables en la toma de decisiones en un futuro.

Problema general: el problema radica que la cooperativa que, a pesar de la importancia de llevar a cabo un plan estratégico, las compañías no implementan esta herramienta administrativa en la realización de sus gestiones, además que desconocen el beneficio que trae consigo su formación académica, otra de las causas es la falta de apoyo de los colaboradores.

Objetivo general: Analizar la aplicación de un plan estratégico y su incidencia en la gestión de la compañía transporte de carga liviana Camiflepen S.A, del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

Metodología: Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se aplicó el tipo de investigación exploratoria y descriptivo – correlacional con hipótesis, referente al plan estratégico y la gestión de la compañía transporte de carga liviana Camiflepen S.A., con los enfoques cualitativo y cuantitativo.

Instrumento de recolección de datos: para la respectiva observación y recolección de datos se utilizó una guía de cuestionario para las entrevistas, un cuestionario con escala de Likert para las encuestas.

Conclusiones: el presente trabajo de investigación concluyó en los siguientes:

- En cuanto a los fundamentos teóricos se determinan las variables que intervienen en el trabajo de investigación, haciendo énfasis en los factores sobre plan estratégico y gestión, las mismas que servirán como sustento para el desarrollo de la propuesta.
- Se determina a través de los resultados obtenidos, la necesidad de aplicar un plan estratégico en la compañía Camiflepen S.A, acorde a las necesidades que presentan, llevando a cabo una planificación formal de sus actividades para mejorar la gestión de la compañía.

Recomendaciones: siguiendo con el proceso de investigación el autor, recomendó que:

Es necesario que los dirigentes y socios de la compañía Camiflepen S.A implementen el plan estratégico propuesto en este trabajo de investigación, el mismo que proporciona un direccionamiento estratégico idóneo que contribuye al desarrollo de las actividades y el servicio que ofrece.

1.2.Desarrollo de teorías y conceptos.

1.2.1. Plan Estratégico

Según los autores Rojas y Medina (2011), definieron que:

La planeación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. De hecho, el concepto de estrategia y el

de planeación están ligados indisolublemente, pues tanto el uno como el otro designan una secuencia de acciones ordenadas en el tiempo, de tal forma que se puede alcanzar uno o varios objetivos. (pág. 47)

Según los autores Chiavenato y Sapiro (2017), establecieron que:

La planeación realizada en el nivel institucional de una empresa recibe el nombre de planeación estratégica. Los dirigentes, en el nivel institucional de la empresa. Cumplen la tarea primordial de enfrentar la incertidumbre generada por los elementos incontrolables e imprevisibles desde el ambiente de tarea y ambiente general. (Chiavenato & Sapiro, 2017, pág. 1)

Para que de manera efectiva la empresa realice sus actividades diarias es recomendable tener creado un plan donde se efectúe paso a paso los objetivos que se desean alcanzar, es por eso que el plan debe contener objetivos, estrategias, actividades, responsabilidades y tiempo, estos factores son de relevantes para que los socios tengan una orientación idónea.

1.2.1.1.Estrategias

Según el autor Hernández Z. T. (2014), definió que:

Son los medios para alcanzar los objetivos. El buen estratega de negocios es ese visionario que al mismo tiempo procesa en el cerebro los cinco conceptos y los hace congruentes. No se pueden concebir las empresas de manera independiente en lo que se refiere a sus conceptos estratégicos, esto es, va en paralelo la concepción de proceso, aunque en la práctica pareciera que la generación y aplicación de los conceptos se van presentando en serie. (pág. 75)

Según el autor Gilli (2017), definió que:

La estrategia determina cual es el curso de acción a seguir para alcanzar los objetivos propuestos; para ello debemos reconocer en que mercado estamos, quienes son nuestros competidores y cuáles son nuestros recursos en términos de fortalezas y debilidades. A partir del curso de acción elegido, deberemos armonizar los demás elementos de forma que se logre un diseño que permita llevar a cabo la estrategia elegida. (pág. 35)

Las estrategias son manuales claves que aportan a los administradores a desarrollar sus actividades sean estos en campo administrativo, con las estrategias se establece un plan que apoye a alcanzar los objetivos.

1.2.1.2. Visión

Según el autor Hernández Z. T. (2014), definió que:

Es el enunciado que expresa hacia donde desea llegar la organización en el futuro, dice la manera en que la empresa se concibe así misma en el futuro; es decir, es la imagen que se crea conscientemente para representar el futuro. Su declaración sigue a la definición del giro o negocio. La fórmula el fundador y posteriormente la revisan los altos niveles, es simbiótica con la misión y se revisan al mismo tiempo. (pág. 49)

Según el autor Sainz J. M. (2018), estableció que:

La visión de una empresa u organización es una expresión verbal y concisa de la imagen gráfica, que deseamos para la empresa en el futuro, que sirve para marcar en el presente el rumbo que debe seguir dicha organización. Es, por tanto, lo que la empresa lucha por llegar a ser. (pág. 138)

Los administradores de las organizaciones deben realizar una visión, para ver hacia el futuro, y debe estar en dirección de los objetivos, que ayuden a mejorar las estrategias y seguir con la mejora continua de los acontecimientos, de tal manera que la compañía junto con los socios logre los objetivos trazados en el momento oportuno y cumplir con las necesidades de los clientes.

1.2.1.3.Misión

Según el autor Hernández Z. T. (2014) Definió que:

La misión es el motor, lo que hace que la gente se mueva hacia la visión. Se revisa periódicamente, no existe un plazo que se recomiende para su revisión. Las organizaciones (empresas), por lo común, revisan su misión después de periodos largos (unos 10 años), aunque se puede revisar cuando así se considere. (pág. 51)

Según el autor Luna (2016), manifestó que:

La misión es una meta general basada en suposiciones de los directivos en cuanto a los propósitos, competencias y lugar de la organización en el mundo. La misión o razón de ser del negocio es un breve enunciado que sintetiza los principales

propósitos estratégicos y valores que deberán ser conocidos, comprendidos así como compartidos, por todas las personas que colaboran en el desarrollo del negocio. (pág. 51)

Es de gran importancia que las empresas definan una misión donde se dé a conocer su razón de ser o la naturaleza del negocio, el lugar donde se desenvuelve, identifica la competencia a que mercado va a estar dirigido, entre otras acciones relevantes que permita tener una visión clara en el instante de implementar objetivos.

1.2.1.4.Objetivos

Según el autor Sainz J. M. (2018), estableció que:

A la hora de redactar los objetivos debemos exigirnos concreción, ya que un objetivo es, en definitiva, la base sobre la que se afianzará la dirección estratégica de nuestra empresa y, por tanto, expresarlo de forma ambigua o poco clara nunca facilitará la solidez y la armonía del plan en el que esté incluido. (pág. 153)

Según el autor Sainz J. M. (2018), manifestó que:

Todos estaremos de acuerdo en que, si es posible, los objetivos deben ser cuantitativos para que se pueda hacer el seguimiento de los mismos. Ahora bien, en muchas pymes por lo que habrá objetivos que se enunciarán de forma cualitativa y, aunque no sea

posible controlar de forma rigurosa su grado de avance, al menos servirán de guía a los responsables de la actividad comercial. (págs. 109 - 110)

Los objetivos detallan las acciones que las empresas desean alcanzar, es por ello que es conveniente identificar las actividades que se van a desarrollar y lograr las metas establecidas, pero los objetivos suelen ser cambiantes si en el transcurso de cualquier actividad donde aparezcan dificultades o anomalías que estancan el proceso y es allí donde se ajustan los objetivos de acuerdo a la situación actual de la empresa.

1.2.1.5. Valores

Según el autor Fresno (2017), manifestó que:

Desde un punto de vista socio-educativo, los valores son considerados referentes, pautas o abstracciones que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de la persona. Se definen también como guías que dan determinada orientación a la conducta y a la vida de cada individuo y de cada grupo social. (pág. 12)

Según García (2017), estableció que:

Los valores éticos y morales, bien definidos y asimilados por todo el personal de la organización, ayudan con certeza al director empresarial en la ejecución de los diversos procesos de operación de la empresa, tales como toma de decisiones, ilustración a los clientes sobre la filosofía de operación de la empresa y precisión

de su identidad, entre otros, los cuales, sin duda, significan una ventaja competitiva. (pág. 31)

Los valores son principios, pautas, normas, conductas que se equilibran a las capacidades de los individuos para evitar anomalías en el desenvolvimiento humano, los cuales se engloban con la forma de actuar, de pensar, de dirigirse hacia los individuos, de esta forma se selecciona con eficacia los valores que muestren la infraestructura social de las organizaciones y estarán como eje adecuado para cumplir los objetivos.

1.2.1.6. Diagnóstico Situacional

1.2.1.6.1. F.O.D.A

Según el autor Garcia C. (2019), definió que:

El análisis foda es una herramienta que fue diseñada para solucionar problemas de una empresa, pero también puede ser aplicada a un producto de dicha empresa, o a cualquier situación. Incluso se aplica a los individuos, ya que su versatilidad así lo permite. (pág. 141)

Según el autor Ballina (2018), manifestó que:

Lo relevante de la matriz DAFO es profundizar en las interrelaciones entre los elementos del análisis interno (fortalezas y debilidades) y del análisis externo (oportunidades y amenazas), así: aquellas oportunidades que deben ser aprovechadas, dado que el negocio turístico cuenta con las fortalezas adecuadas;

versus aquellas amenazas que son especialmente peligrosas para el negocio.
(pág. 62)

La matriz F.O.D.A, es donde se detallan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas las cuales se desarrollan los entornos internos y externos de la empresa, es importante conocer los factores y desenvolvimiento diario, y de esta manera buscar estrategias y plantear objetivos idóneos a las necesidades encontradas.

1.2.1.7.Implementación de Estrategias

1.2.1.7.1. Estructura Organizacional

Según el autor Gilli (2017), definió que:

Entendemos, desde una visión simple, que la estructura es la forma en que se dividen las tareas entre el personal y en que dichas tareas serán coordinadas; esto supone, además de la división de tareas, determinar cómo estas se agrupan en áreas o departamentos, qué niveles de supervisión se establecen y el grado de descentralización de las decisiones que se asigna a cada puesto. (pág. 35)

De acuerdo a los autores Huaman y Rios (2015), manifiestan que:

En la estructura organizacional tenemos el diseño de la macroestructura, es decir, el organigrama, que toma como input a los objetivos estratégicos de la organización. Esta es una metodología muy práctica y sencilla de utilizar en las organizaciones. Luego, tenemos el diseño de la microestructura, donde nos focalizamos en el diseño del puesto, es decir, qué debe hacer el individuo que ocupará dicho puesto, cuál debe ser su competencia y sus relaciones. (pág. 167)

La estructura organizacional en las organizaciones accede a detallar las diferentes áreas, departamentos, normas y políticas que son parte principal de la empresa, y además las personas deben conocer las actividades que se les encomienda de acuerdo al nivel jerárquico, esto aporta de manera positiva a que los trabajos no se realicen de manera empírica.

1.2.1.7.2. Plan de acción

Según el autor García J. C. (2014), manifestó que:

Al personal en general, los objetivos generales o grandes líneas estratégicas, con el fin de involucrar y hacer colaborar al máximo número de personas en su logro. Comunicar los planes de la institución, en genérico, es un ejercicio de transparencia que todo el personal agradece y que sirve para lograr una mayor implicación.
(pág. 132)

Según el autor Aljure (2015), estableció que:

Todo plan táctico debe tener asociado, sin excepción, una definición clara y específica de la utilización de recursos. Dentro de esos recursos está, por supuesto, el financiero o económico, aunque no es el único. Es importante que tenga en cuenta los requerimientos de talento humano de la organización, el tiempo, los equipos, la información y las aprobaciones. (pág. 192)

El plan táctico o plan de acción debe cumplir la función de resolver inconvenientes que presente la empresa, es decir cada una de las actividades que desenvuelven el

personal debe estar acorde a las destrezas y habilidades que ellos poseen, también es de gran importancia la distribución de los recursos, para los procesos dentro de la empresa, sean estos a corto o largo plazo, que aporten al cumplimiento de los objetivos de esta forma obtendrá grandes beneficios para toda la organización.

1.2.2. Gestión Administrativa

Según el autor Gasalla (2015), manifestó que:

La gestión administrativa es una función que a veces se infravalora, incluso cuando funciona eficientemente, pero que puede paralizar el funcionamiento de la empresa cuando aparecen carencias operativas. Hoy, la gestión administrativa vive un importante proceso de externalización, sobre todo en las grandes empresas. (págs. 27-28)

De acuerdo a los autores Izquierdo, Salah y Verdú (2018), manifestaron que:

Formalizar la documentación correspondiente al pedido solicitado por el cliente, o dirigido al proveedor, utilizando las aplicaciones informáticas estándar y/o específicas y verificando su corrección, de acuerdo con el procedimiento interno y la normativa vigente, para la gestión eficaz del proceso administrativo. (pág. 5)

La gestión administrativa, es el encargado de verificar el esfuerzo de los empleados de la empresa, es decir recomienda la forma de ejecutar las actividades dentro de una empresa, provocando el cumplimiento de los objetivos planteados por el

personal administrativo, la gestión administrativa se debe realizar de una manera ordenada y precisa cada proceso que se lleve a cabo.

1.2.2.1.Actividad

1.2.2.1.1. Servicio

Según el autor Prieto (2014), estableció que:

La administración de servicio tiene como objetivos crear y mantener clientes satisfechos, elevar los ingresos reales de las empresas, proveer la innovación constante, diferenciar los productos, fortalecer la imagen corporativa, superar a los competidores, y cultivar y consolidar la lealtad de los usuarios. (pág. 30)

Según el autor Arenal (2017), definió que:

El servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado el cual satisfaga sus necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa. (pág. 74)

El servicio que ofrece cualquier empresa debe estar enfocado a la calidad, debido que por medio de ellas los individuos buscan satisfacer sus necesidades, por otro lado, el servicio debe acoplarse a los cambios que exijan los clientes con el fin de satisfacer sus gustos y preferencias, con este enfoque la empresa da la oportunidad de ser reconocida, esto deriva que los clientes recomienden este servicio.

1.2.2.2.Etapas del Proceso administrativo

1.2.2.2.1. Planeación

Haciendo referencia al autor Torres (2014), definió que:

La planeación, de manera natural, lleva a pensar sobre la esencia de las organizaciones y su destino, esto es, de qué manera habrá de posicionarse en el ambiente, cómo afrontar los riesgos y oportunidades de ese ambiente; decidir sus ambiciones de largo plazo que habrá de traducir en objetivos más específicos a corto plazo, y qué medios utilizará para conseguirlo. (pág. 7)

Según el autor Rodriguez (2016), definió que;

La planificación estratégica es un proceso sociopolítico y científico orientado por objetivos orientado por objetivos de transformación cuanti – cualitativos de un sector particular de la realidad. Este proceso articula dos dimensiones de modo dialéctico: la reflexión y la acción, cuyo nexo lo constituye la evaluación, como proceso permanente de conocimiento, revisión, aprendizaje y retroalimentación. (pág. 42)

Las empresas deben comenzar a desarrollar sus actividades administrativas, es de gran importancia tomar en cuenta el primer paso del proceso que es la planeación

aquí se definen las estrategias y ejemplos que escolten las gestiones propuestas por los organismos de la empresa e ir logrando las metas, objetivos, proyectos, de esta manera los procesos no se ejecutan de forma empírica.

1.2.2.2.2. Organización

Según el autor Sànchez M. (2015), manifestó que:

Organización es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados. (pág. 93)

Según el autor Rubio (2016), estableció que:

Para que una organización empresarial funcione adecuadamente ha de disponer de un equilibrio entre los diferentes elementos que la componen (estructura, sistemas, personas, estrategias, etc.) y su clima laboral. El clima, como resultado real o percibido, es un determinante directo de las actitudes y expectativas de los empleados. (pág. 49)

Cuando una organización está bien establecida tiene grandes sendas de éxito, por esta razón se considera que su estructura organizacional debe estar establecida a la realidad de la empresa, además con el personal que cuenta y quienes la conforman, una vez concretada la estructura se debe definir las actividades conforme a cumplir los objetivos por medio de sus departamentos.

1.2.2.2.3. Dirección

Según el autor Blandez (2014), consideró que:

Dirigir es conducir el talento y el esfuerzo de los demás para conseguir los resultados esperados; es decir, influir sobre su desempeño y coordinar su esfuerzo individual y de equipo. Otra definición de dirección es el proceso de influir y personas para que trabajen hacia las metas organizacionales. (pág. 66)

Según el autor Macias (2017), estableció que:

Para poder dirigir al talento humano de una organización, la empresa debe contar con una persona líder o con dotes de autoridad para que gestione adecuadamente las tareas administrativas y ayude a progresar a los empleados en el ambiente laboral. (pág. 45)

Siguiendo el proceso tenemos la dirección del proceso administrativo, esto se relaciona directamente con los socios y directivos de la empresa, de qué manera se puede trabajar con los activos que poseen, es decir la dirección accede a los individuos a tener criterios que le permita tomar decisiones propias del lugar donde se desenvuelven, esto se lo puede generar por medio de la comunicación, motivación, que se sientan capaces de dirigir a un grupo de personas.

1.2.2.2.4. Control.

Desde la perspectiva del autor Sánchez D. M. (2014), definió que:

El control es la cuarta y última función en el proceso administrativo. Al igual que la planificación, el control se ejerce continuamente. Por lo tanto, hay procesos de control que deben siempre estar funcionando en una empresa. El control se ejerce a través de la evaluación personal, los informes periódicos de desempeño. (pág. 102)

Según el autor Macias (2017), estableció que:

El control es el proceso que garantiza que el desempeño de los empleados se ajuste a los objetivos determinados por la empresa, logrando así que el control garantice que las decisiones que se vayan a tomar sean las más óptimas para cumplir con el objetivo principal. (pág. 46)

El control apoya a identificar que tan productivos han sido las estrategias empresariales ejecutadas en los procesos de las organizaciones, además concede a verificar los resultados alcanzados en la actualidad y realiza comparaciones con anteriores procesos, de tal forma se obtiene una visión general de las situaciones actuales, por lo tanto, si presenta alguna anomalía se puede corregir de inmediato para no cometer las mismas anomalías.

1.2.2.3. Recursos

1.2.2.3.1. Recursos Humanos

Desde la perspectiva del autor González (2015), estableció que:

El elemento generador de transformación y proceso de la empresa es el recurso humano, es decir, es el activo más importante de la empresa; sin éste, los demás recursos no podrían ser coordinados ni cumplir con su función, dado que el recurso humano es el que los administra. (pág. 13)

Según el autor definió que “Los recursos son aquellos elementos empleados por el hombre como el dinero, la tecnología o cuerpo humano que ayuda a que la empresa logre conseguir sus metas planteadas”. (Macías B. A., 2017, pág. 36)

Toda empresa cuenta con recursos humanos es la parte esencial, debido que se encargar de ejecutar las funciones específicas para el proceso de las actividades determinadas, sean estos a corto, medio o largo plazo, para realizarlas y verificarlas que se ejecutan con eficacia y efectividad. Son los individuos los que se encargar de crear cambios y administrar los recursos para realizar los trabajos diarios.

1.2.2.3.2. Materiales

Desde la perspectiva el autor Alles (2016), definió que:

Los equipos y materiales necesarios para el ejercicio de la actividad de teletrabajo serán suministrados por la empresa. Estos continúan siendo

propiedad de la organización. Su reemplazo, cuando sea necesario, estará a cargo de ella, así como también su mantenimiento y traslado. (pág. 161)

Según el autor Fernández (2017), definió que

La gran diversidad de clasificar de materiales susceptibles de ser utilizados para la formación se puede clasificar en:

- Instalaciones: Espacio donde se desarrolla la formación.
- Material pedagógico: Tienen una función de apoyo al proceso de formación (documentación, simuladores, proyectores, etc.) (pág. 91)

En la organización los recursos materiales son componentes o factores que apoyan a crear de forma conveniente un servicio o un producto, con el fin de que se realicen las labores, aumentando la eficacia y eficiencia de todas las actividades, para que luego se aprovechen para satisfacer los gustos y preferencias de los clientes, todo lo que produce la empresa debe ser de calidad y que ayude a lograr una ventaja competitiva.

1.2.2.3.3. Tecnológicos

Desde la perspectiva del autor Macias (2017), definió que:

Los recursos tecnológicos son aquellas tecnologías que emplean las empresas para brindar un mejor producto o servicio a su clientela, puesto que ayuda al personal a recopilar y administrar los activos intangibles que se tiene a disposición, permitiéndoles de esa forma ser más efectivo. (pág. 37)

Según el autor Piattini (2015), manifestó que:

Son estudios tecnológicos, pruebas de concepto y la identificación y análisis de tendencias industriales, tecnológicas, de gestión y de mercado. La integración de los equipos del proveedor es fundamental para garantizar un adecuado alineamiento estratégico de los servicios proporcionados y para la captura del conocimiento generado durante los proyectos de I+D. (pág. 250)

1.3.Fundamentos: Sociales, Psicológicos, Filosóficos y Legales

1.3.1. Fundamentos sociales

En la presente investigación constan con aspectos sociales ente los individuos que conforman la compañía entre ellos: Gerente, Presidente, Socios y los que prestan el servicio de taxis, un factor importante es tener buenas relaciones y trato entre socios y directivos, para disfrutar de un buen dialogo en las áreas de trabajo, para esto se debe practicar los valores morales y éticos que diferencian a la compañía y se refleja en trato a los usuarios.

Los valores que poseen cada uno de los trabajadores son la responsabilidad y el respeto, de lo cual se ven mostrado en las relaciones laborales en la parte interna y externa, donde se refleja la manera de tratar de los choferes con los individuos que requieren los servicios.

1.3.2. Fundamentos Psicológicos

En la compañía en factor psicológico se manifiesta en las ilustraciones que poseen los directivos en las funciones de los procesos recalando el liderato, guías y años de experiencia en manejo de la compañía, esto provoca que todas personas que están involucradas aporten con opiniones o recomendaciones para resolver las anomalías que se presenten en las actividades diarias, con el objetivo de direccionar la compañía y obtener beneficios para cada uno quienes la conforman.

1.3.3. Fundamentos Legales

Para el estudio del plan estratégico para mejorar la gestión administrativa se ha tomado como referencia las siguientes leyes, que den apoyo al desarrollo del tema.

(Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Art. 66.- Se reconoce y garantiza a las personas:

Literal 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Capítulo sexto, trabajo y producción, sección primera

Formas de la organización de la producción y su gestión

Art.319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción es la economía, entre otras las comunitarias, cooperativa, empresariales públicas o privadas asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas.

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivara aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza, alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación

Sección duodécima. Transporte

Art. 394.- El estado garantizara la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritaria. El estado regulara el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias.

(Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una vida, 2017)

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidad para todas las personas.

Política 1.7 Garantizar el acceso al trabajo digno y la seguridad social de todas las personas.

Política 1.16 Promover la protección de los derechos de usuarios y consumidores de bienes y servicios.

(Ley de compañías 1999)

Art. 20.- las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a las vigilancia y control de la superintendencia de compañías, enviarán en el primer cuatrimestre de cada año.

- a) Copias autorizadas del balance anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la ley.
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la superintendencia de compañías.

Sección VI

De la compañía anónima

Concepto, características, nombre y domicilio

Art.143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

(Ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, 2008)

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos.

Art. 5.- El Estado, a través de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, controlará y exigirá la capacitación integral, permanente, la formación y tecnificación a conductoras y conductores profesionales y no profesionales y el estricto cumplimiento del aseguramiento social.

TÍTULO II

DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE

Art. 57.- Se denomina servicio de transporte comercial el que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, siempre que no sea servicio de transporte colectivo o masivo. Para operar un servicio comercial de transporte se requerirá de un permiso de operación, en los términos establecidos en la presente Ley y su Reglamento.

Dentro de esta clasificación, entre otros, se encuentran el servicio de transporte escolar e institucional, taxis, tricimotos, carga pesada, carga liviana, mixto, turístico

y los demás que se prevean en el Reglamento, los cuales serán prestados únicamente por operadoras de transporte terrestre autorizadas para tal objeto y que cumplan con los requisitos y las características especiales de seguridad establecidas por la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

El servicio de taxis se prestará exclusivamente en el área del territorio ecuatoriano, establecido en el permiso de operación respectivo; y, fletado ocasionalmente a cualquier parte del país, estando prohibido establecer rutas y frecuencias.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipos de investigación

El alcance presentado en la investigación es exploratorio y descriptivo apoyado de investigación documental y de campo, debido a la naturaleza del estudio no se establecerá comprobación de idea a defender, pero se defiende la idea de un plan estratégico mejorará la gestión administrativa de la compañía de taxis Transolocomsa S.A de la comuna Sinchal.

Investigación Descriptiva

Mediante la investigación descriptiva se obtuvo conocimiento del mercado en cuanto a las características y comportamientos de los profesionales en el volante al momento de brindar los servicios de taxis, la investigación se apoya en la observación como en la elaboración y recolección de información de los otros instrumentos aplicados

Investigación Documental

Para el presente trabajo se utilizó la investigación documental a través del análisis de las diferentes fuentes bibliográficas como libros, revistas, u otros documentos para elaboración del marco teórico, cabe recalcar que esta investigación también contribuye en el conocimiento para elaborar los instrumentos de investigación.

La investigación de campo se ejecutó posterior a la investigación documental, debido a que son importantes los conocimientos previos sobre el tema de estudio, especialmente para ver la investigación no es similar a otras.

Su aplicación en la muestra responde el cómo se llevó a cabo la elección de la unidad representativa de la población, en la recolección de información permite verificar el problema que se ha planteado de forma inicial en la aplicación de las entrevistas, encuestas y fichas de observación, el siguiente paso es ordenar entrevistas y materiales se presentan los respectivos resultados.

2.2.Enfoque

El presente trabajo combina características cualitativas y cuantitativas de investigación dando lugar a un enfoque mixto que reúne las cualidades de comparación y control del fenómeno a estudiar, así como para profundizar la información y generalizar resultados.

2.3.Métodos de la investigación.

Método inductivo

Se aplica el método inductivo a partir de la observación de los hechos particulares para establecer conclusiones generales; una vez determinado el problema y aplicadas los instrumentos se procedió a la respectiva tabulación de los datos, el segundo paso es la clasificación y análisis de la información obtenida; y por último se extraen conclusiones que permitirán más adelante afirmar la teoría establecida anteriormente.

Método deductivo

El método deductivo se utilizó para la afirmación de la premisa que un plan estratégico mejorara la gestión administrativa de la compañía Transolocomsa S.A. de la comuna Sinchal, este método ayuda a organizar y especificar los conocimientos ya obtenidos

Método analítico –sintético

El método analítico permitió conocer más acerca del objeto que se está estudiando, permitió explicar y comprender el comportamiento del mismo para luego crear nuevas teorías, una vez descompuesto el problema en partes se procede a la reconstrucción de la temática por medio de la síntesis.

2.4.Diseño de muestreo

2.4.1. Población

La población establecida como objeto de estudio, está conformada por los siguientes individuos: Gerente General, Presidente, Socios de la compañía y clientes fijos que requieren el servicio de transporte de taxis; con el único fin de recopilar información real y relevante. La compañía de taxis Transolocomsa S.A. de la comuna Sinchal, cuenta con 21 socios que la conforman, especificados de la siguiente manera:

Tabla 1 Población

Integrantes	Cantidad
Gerente	1
Presidente	1
Comisario	1
Socios	21
Total	24

Fuente:

Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Para la presente investigación también se consideró los clientes fijos de la compañía, la misma que está concedida por 90 clientes, datos obtenidos por una base de datos que posee la compañía para identificar los clientes, a continuación, se detalla el cuadro donde se puede constatar y como está dividida estos clientes.

Tabla 2 Clientes fijos de la Compañía

Clientes fijos	Total	%
Agricultores de la Comuna Loma Alta	27	30%
Emprendedores de la comuna Barcelona	33	37%
Emprendedores de la Comuna Sinchal	30	33%
Total Emprendedores	90	100%

Fuente: Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Tabla 3 Género Emprendedores

Categoría	Total	%
Mujeres	47	52%
Hombres	43	48%
Total	90	100%

Fuente: Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

2.4.2. Muestra

La muestra es la parte que representa la población, y que permite difundir los resultados de una investigación, en el caso de la investigación actual se tomará en cuenta una población representativa. Donde aplicaremos un muestreo por conveniencia por ende se elige a toda la población, debido a que es un número menor es necesario encuestar a toda la población para tener información veraz.

Tabla 4 Muestra

Clientes fijos	Total	%
Agricultores de la Comuna Loma Alta	27	30%
Emprendedores de la comuna Barcelona	33	37%
Emprendedores de la Comuna Sinchal	30	33%
Total Emprendedores	90	100%

Fuente: Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

2.5. Diseño de recolección de datos.

Para la recolección de datos de la variables independiente y dependiente en el presente trabajo de investigación será dividida de la siguiente forma:

Tabla 5 Diseño de recolección de datos

Integrantes	Cantidad	Instrumentos
Gerente	1	Entrevista
Presidente	1	Entrevista
Comisario	1	Entrevista
Socios	21	Encuestas
Clientes Fijos	90	Encuestas

Fuente: Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Entrevista. se la realizó a los directivos la compañía como son: gerente, presidente y comisario de la compañía de taxis Transolocomsa S.A. para recopilar información real y notable acerca de la gestión administrativa actual para conocer su punto de vista acerca de la incorporación e implementación de un plan estratégico.

Encuesta. Se las realizó para obtener información de los socios de la compañía de taxis Transolocomsa S.A. con los respectivos indicadores del tema primordial como es el plan estratégico para mejorar la gestión administrativa, además las encuestas se las realizo a los clientes fijos de la compañía con el único fin de conocer los gustos y preferencias acerca del servicio de taxis que se oferta.

Guía de entrevista: Documento creado con interrogantes abiertas enfocadas a los indicadores e dimensiones del plan estratégico y la gestión aplicada a la compañía de taxis Transolocomsa S.A. además nos permite elaborar una conclusión de lo que está ocurriendo en la parte interna y externa de la compañía por medio de lo que manifiesten el gerente, presidente y comisario respectivamente.

Cuestionario de encuesta: documento creado con interrogantes cerradas enfocadas a los indicadores e dimensiones con respuestas de escala de Likert para luego analizarlas cada uno de los estadísticos, y eso se la realizara con el programa Spss.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de datos

3.1.1. Análisis de la entrevista

La entrevista fue realizada a los directivos de la compañía Transolocomsa S. A. como son: Gerente Lcdo. Alfredo Mario Panchana Ángel, Comisario Sr Fredit Eloy Laínez Quirumbay, Presidente Sr Darwin Gonzalo Rodríguez Barzola.

1. ¿La compañía tiene establecida la filosofía, explique?

Los directivos manifestaron que la compañía no cuenta con la filosofía: misión y visión, debido que lleva pocos años en el mercado del servicio de transportación, por esta razón no están constituidos de manera estratégica para la ejecución de sus funciones, pero en el futuro tienen la noción de crearlas y que la compañía obtenga su filosofía establecida, la misma que ayude con sus funciones y naturaleza.

2. ¿La compañía tiene establecida los valores y objetivos, explique?

Los directivos comentaron que la compañía no cuenta con valores y peor aún socializados con todo el personal que cuenta la empresa, además con los objetivos comentaron que tienen la perspectiva los siguiente: Aumentar sus unidades vehiculares para captar los sectores de la ruta del spondylus, contar con una infraestructura para tratar las distintas ocupaciones de la compañía, mejorar su imagen corporativa para ser reconocidos en el mercado, y por último que todos los

que conforman la compañía tengan ilustraciones de los procesos administrativos para la ejecuciones de sus actividades.

3. ¿Cuál es el FODA de la compañía, explique cada una?

Los directivos no tienen bien claro estos diferentes puntos, pero manifestaron que la compañía carece de estrategias para poder proyectarse en el mercado y como principal amenaza consideran sus competencias, debido que son una compañía con pocos años de experiencia en el servicio de taxis.

4. ¿Cuáles son los proyectos y programas que se han aplicado en la compañía, para el logro de los objetivos?

Los directivos manifestaron que carecen de proyectos y programas, pero esperan que un futuro poder planificar, debido que sus principales visiones son generar ganancias para la compañía, para los socios y tener un local adecuado.

5. ¿Cuáles son los principales factores que caracterizan el servicio que ofrece la compañía?

Los directivos comentaron que tratan de que todos los choferes cumplan con las disposiciones que se les encomiendan, que traten al usuario de buena manera, un factor principal que recalcan los directivos es realizar recorrido si están con grados de alcohol en su organismo, debido que pueden ocasionar accidentes y el prestigio de la compañía es lo principal.

6. ¿Cuenta la compañía con un plan estratégico acorde a sus funciones, en que consiste, explíqueme?

En cuestión que la compañía tiene cinco años de haber sido formada y la carencia de experiencia en el entorno donde se desenvuelve, ha provocado en la inexistencia de un plan estratégico, incitando que las actividades se las realice de forma empírica y carencias de estrategias que apoyen en la gestión administrativa de la compañía.

7. ¿Considera Ud. que el plan estratégico mejorara en función a la gestión administrativa?

Consideraron que el plan estratégico mejorar todas las funciones y actividades que se realizan en la compañía, debido que estarán direccionadas y todos los procesos dejarán de funcionar de manera empírica.

8. ¿Según su criterio que estrategias se pueden implementar en la planificación para mejorar la gestión administrativa de la compañía?

Comentaron que lo principal que ellos recomiendan es que todos los que conforman la compañía, tengan conocimiento de los procesos administrativos, debido que tendríamos objetivos claros por cumplir y generar benéficos por medio de la gestión de la compañía.

9. ¿Explique cuál es la gestión administrativa que se aplica en la compañía?

Manifestaron que es muy sencilla, que solo cumplen con sus aportes y realizan reuniones para asuntos de gran impacto, los horarios establecidos por los directivos, además las actividades que realizan son con el poco recurso que poseen.

10. ¿Según su percepción, que criterio tienen sus clientes con respecto al servicio que ofrece?

Nuestros clientes son pocos, pero confiables en el momento de requerir nuestros servicios, pero como toda empresa, tenemos la visión y misión que en futuro ofrecer un mejor servicio con el fin de generar beneficios para todos los socios, directivos y los usuarios. Además, nos sugieren que sigamos mejorando la compañía.

3.1.2. Análisis de la encuesta-socios.

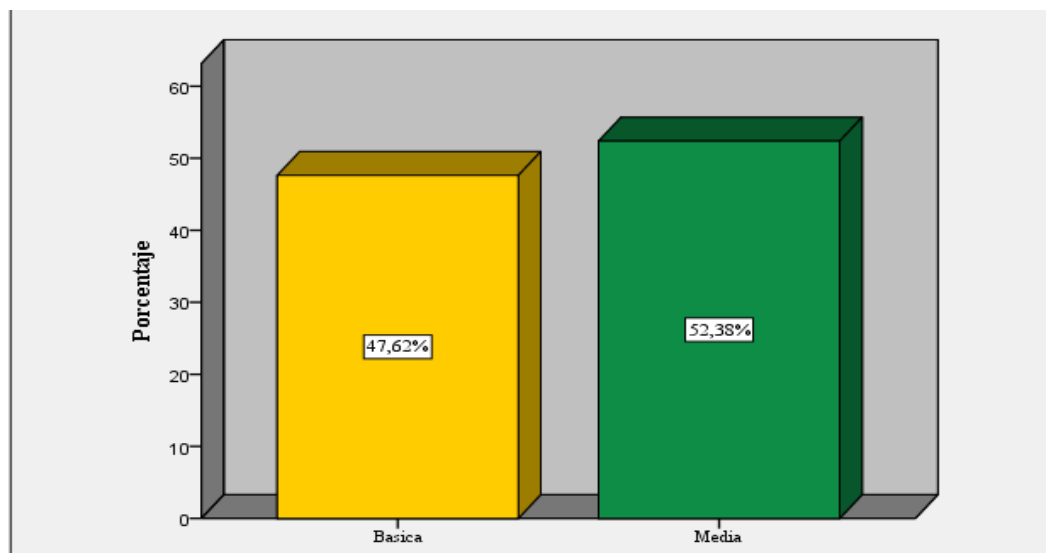
Tabla 6 Nivel de Instrucción

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Básica	10	47,6
	Media	11	52,4
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R

Grafico 1 Nivel de Instrucción



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R

Las dos variables tienen mayor influencia en el nivel de instrucción media y básica, estos resultados son buenos debido a que son bachilleres quienes pueden opinar o sugerir sobre las actividades a realizarse, pero también tomando en cuenta el nivel básico, es decir, estos poseen experiencias por los años que llevan brindando este tipo de servicios.

Pregunta 1.- ¿Conoce Ud. la misión, visión, objetivos y valores corporativos de la compañía?

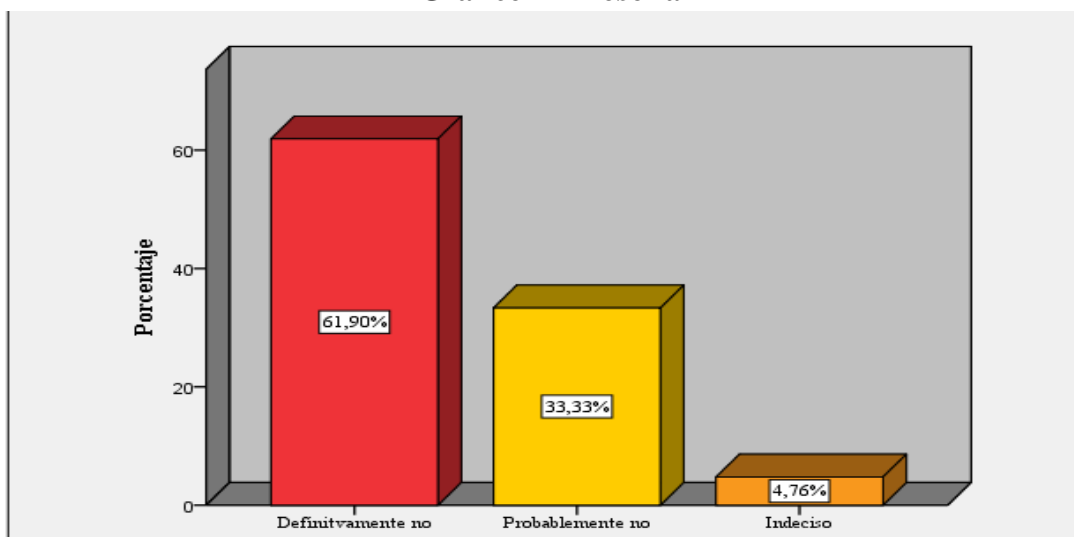
Tabla 7 Filosofía

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	13	61,9
	Probablemente no	7	33,3
	Indeciso	1	4,8
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R

Grafico 2 Filosofía



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R

Con los datos recopilados de los socios encuestados, resalta un porcentaje mayor que definitivamente no conoce la filosofía de la compañía debido al poco tiempo de haber sido formada y constituida, esto provoca que se conozcan estos factores, también se muestra un menor porcentaje que probablemente si conocen, pero de forma empírica.

Pregunta 2.- ¿Cuenta la compañía con un plan estratégico que mejore la realización de sus actividades?

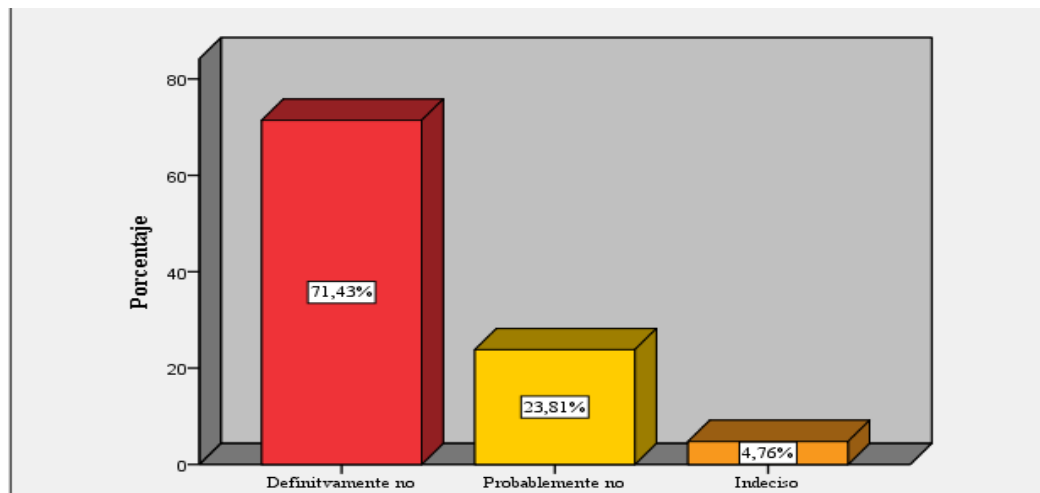
Tabla 8 Plan Estratégico

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	15	71,4
	Probablemente no	5	23,8
	Indeciso	1	4,8
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R

Grafico 3 Plan Estratégico



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R

Los socios en su mayoría mencionan que la compañía no cuenta con un plan estratégico lo que muestra la inexistencia de este instrumento administrativo para establecer de manera formal las actividades que se ejecutan a diario, también con menor porcentaje mencionaron que están indeciso debido que carecían de conocimiento con el tema plan estratégico.

Pregunta 3.- ¿Cuenta la compañía con una estructura organizacional?

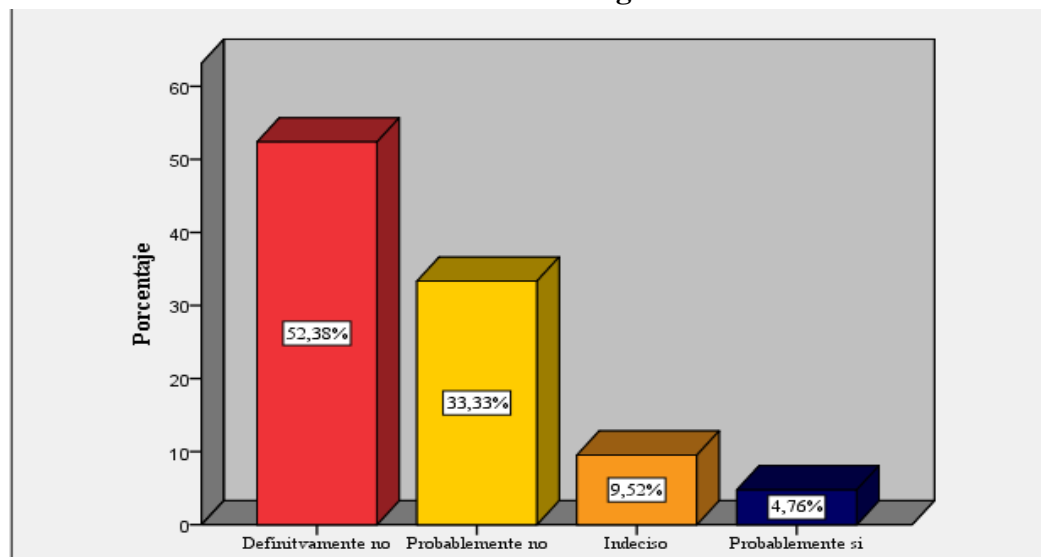
Tabla 9 Estructura Organizacional

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	11	52,4
	Probablemente no	7	33,3
	Indeciso	2	9,5
	Probablemente si	1	4,8
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R

Grafico 4 Estructura Organizacional



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Como muestra la gráfica con respecto a la estructura organizacional de la compañía más de la mitad de encuestados mencionan que la compañía no cuenta con una estructura donde se establezca de forma correcta los puestos de trabajo para las personas capacitadas. En porcentajes menores están los que mencionaron que conocen de manera empírica o porque los directivos solo los mencionan.

Pregunta 4.- ¿Conoce Ud. las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la compañía?

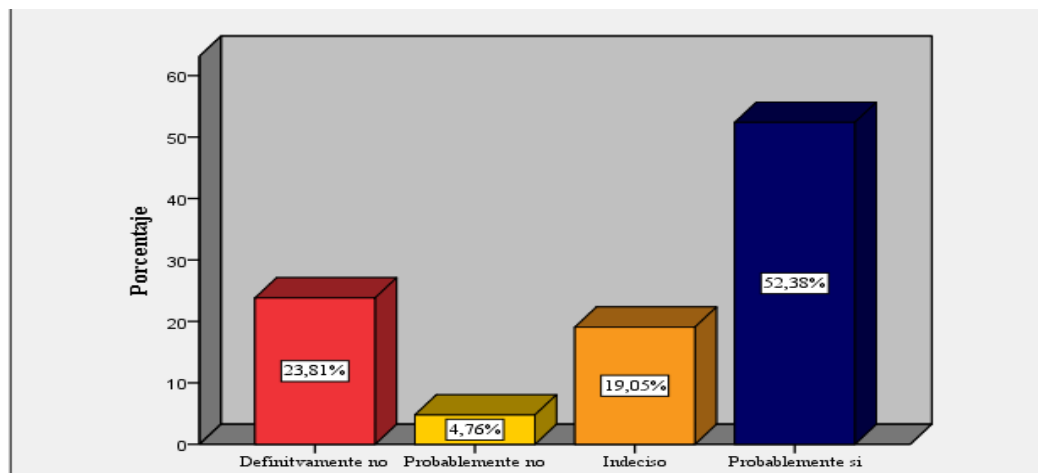
Tabla 10 F.O.D.A

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	5	23,8
	Probablemente no	1	4,8
	Indeciso	4	19,0
	Probablemente si	11	52,4
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Grafico 5 F.O.D.A



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Los resultados de los socios encuestados dan a conocer que probablemente no conocen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la compañía, por la carencia de conocimientos a este tipo de temas solo conocen pocos temas, pero es de gran importancia conocer estos temas para identificar anomalías que afectan directamente a las gestiones de la compañía, para de esta manera darles las debidas soluciones.

Pregunta 5.- ¿Conoce Ud. si la compañía tiene identificado su competencia?

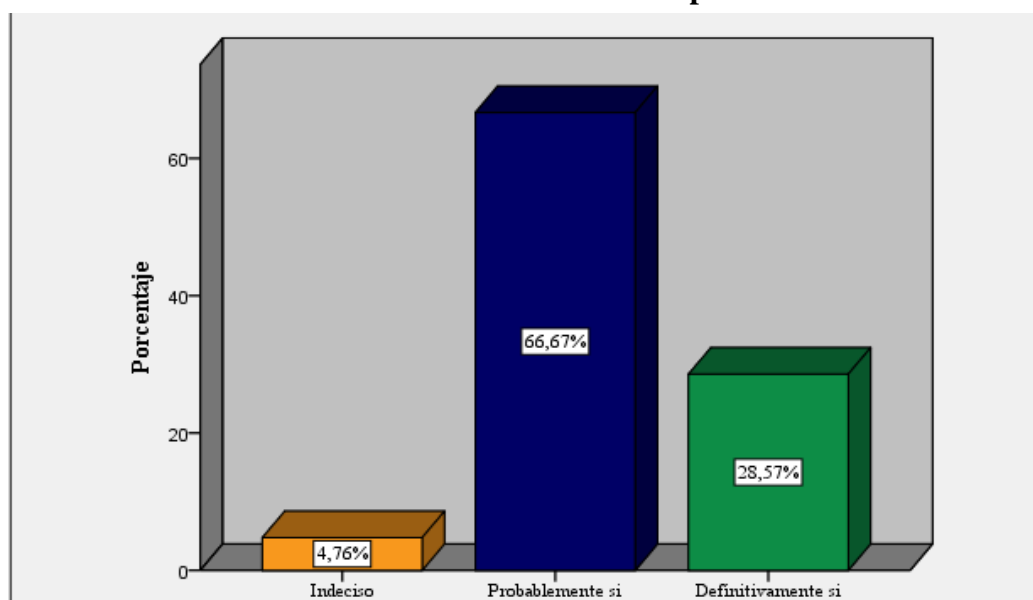
Tabla 11 Identificación de competencia

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Indeciso	1	4,8
	Probablemente si	14	66,7
	Definitivamente si	6	28,6
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Grafico 6 Identificación de competencia



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Los resultados de los socios encuestados dan a conocer que probablemente sí y definitivamente si tienen identificado a sus competencias en servicio de taxis, es decir que otras compañías están cerca del mercado donde ellos se desenvuelven, por ende, son competencia directa para la compañía, para este factor están comprometidos a seguir mejorando el servicio y obtener ingresos económicos, además que un menor porcentaje está indeciso, lo que indica que carece de conocimiento en sus competidores.

Pregunta 6.- ¿Dispone la compañía con programas y proyectos estratégicos dentro de sus actividades?

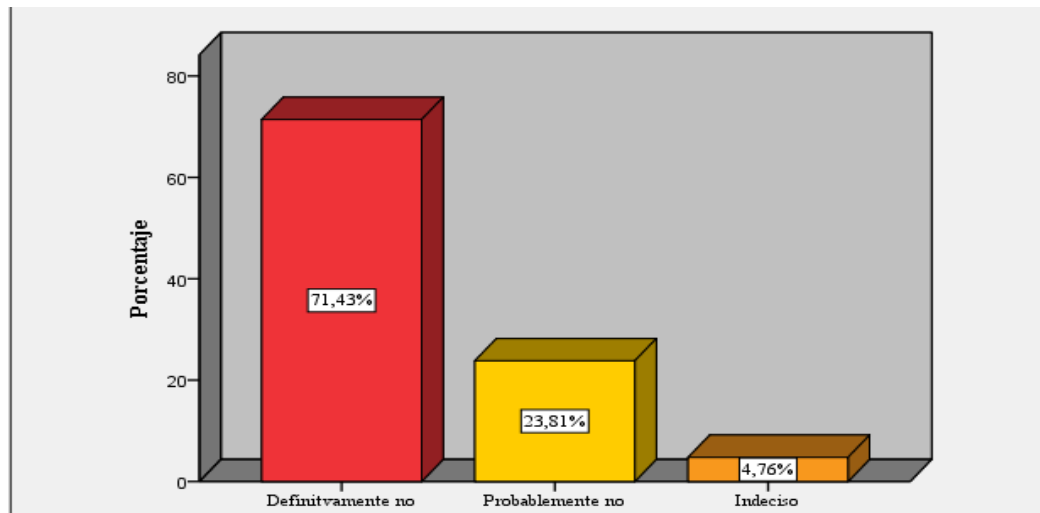
Tabla 12 Programas y Proyectos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	15	71,4
	Probablemente no	5	23,8
	Indeciso	1	4,8
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Grafico 7 Programas y Proyectos



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

La mayoría de los socios reconoce que no dispone de programas y proyectos, es decir que los directivos carecen de conocimientos para ejecutarlos y desaprovechando los beneficios que pueden obtener al momento de ejecutar sus actividades, estos ayudan a identificar factores claves de administración y lograr cumplir los objetivos, además un porcentaje bajo comenta que si conoce del tema.

Pregunta 7.- ¿Considera Ud. que el servicio que ofrece la compañía es recomendable para estar en el mercado?

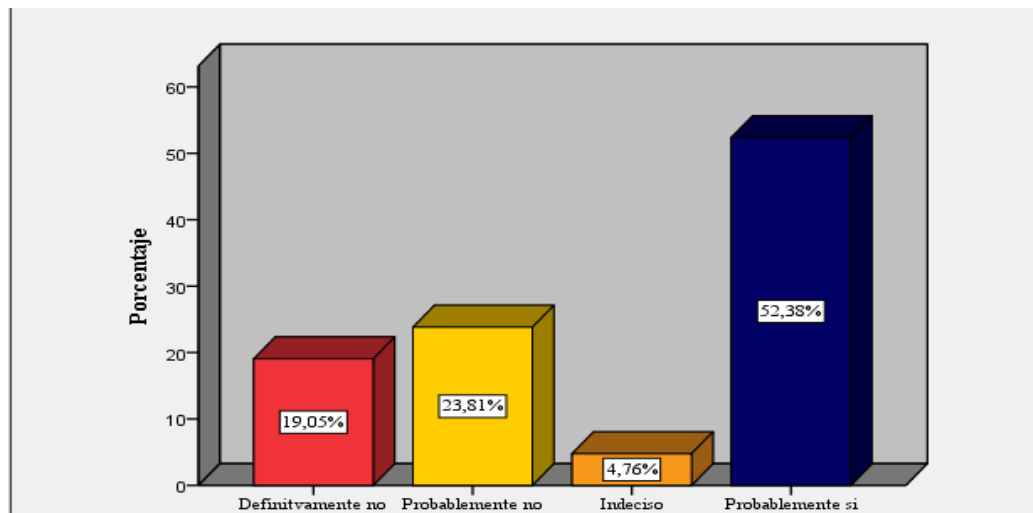
Tabla 13 Servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	4	19,0
	Probablemente no	5	23,8
	Indeciso	1	4,8
	Probablemente si	11	52,4
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Grafico 8 Servicio



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

En el aspecto servicio que oferta la compañía un alto porcentaje manifiesta que, si es recomendable para estar en el mercado debido al crecimiento de la población de la ruta del spondylus para captar los distintos puntos, además contribuye la actividad económica para la compañía, además un porcentaje bajo están consiente que se necesita cambios en el servicio.

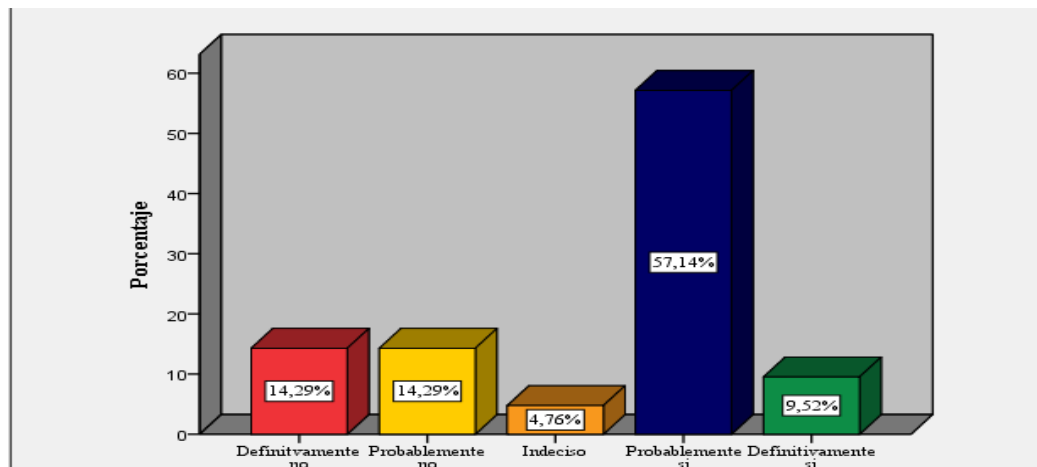
Pregunta 8.- ¿Considera Ud. que los recursos tecnológicos con lo que cuenta la compañía son suficientes para ofrecer un buen servicio?

Tabla 14 Recursos Tecnológicos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	3	14,3
	Probablemente no	3	14,3
	Indeciso	1	4,8
	Probablemente si	12	57,1
	Definitivamente si	2	9,5
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A
Elaborado por: John Granados R.

Grafico 9 Recursos Tecnológicos



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A
Elaborado por: John Granados R.

En el factor tecnológico un porcentaje alto afirman que la compañía si cuenta con recursos tecnológicos, que le permitan desarrollar sus actividades diarias, pero por otro lado existen socios que no piensan de la misma manera debido que comentan que carecen de recursos tecnológicos para lograr brindar un mejor servicio a sus clientes.

Pregunta 9.- ¿Cuenta la compañía de una planificación formal para realizar las actividades?

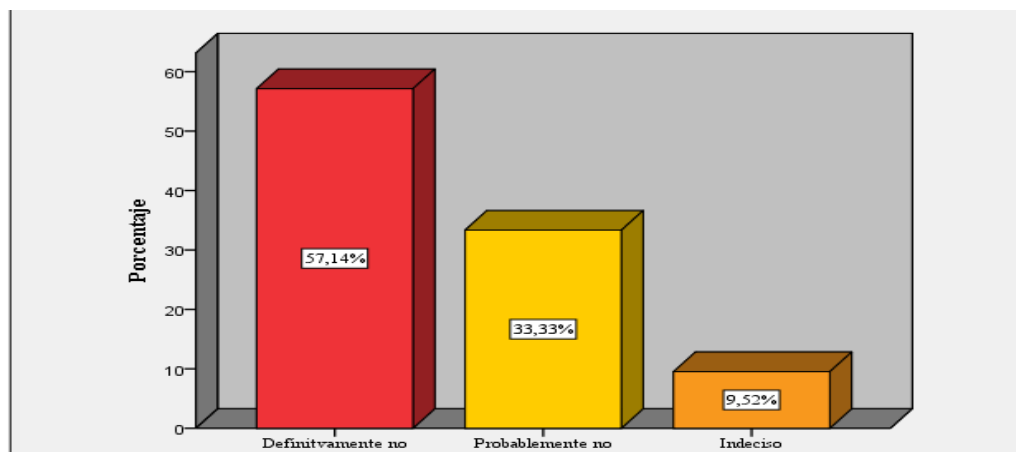
Tabla 15 Planificación Formal

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	12	57,1
	Probablemente no	7	33,3
	Indeciso	2	9,5
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Grafico 10 Planificación Formal



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Un alto porcentaje de los socios encuestados comentan que la compañía no cuenta de una planificación, estructurada y orientada en factores preventivos, es decir que los individuos que cuenta la compañía ejecutan sus actividades de manera empírica o bajo presión y por eso las realizan sin tener conocimientos de las anomalías que puede ocasionar, por otra parte, un bajo porcentaje indica que se encuentra indeciso en esta actividad.

Pregunta 10.- ¿Ha recibido capacitaciones de parte de la compañía en cuestión de sus responsabilidades?

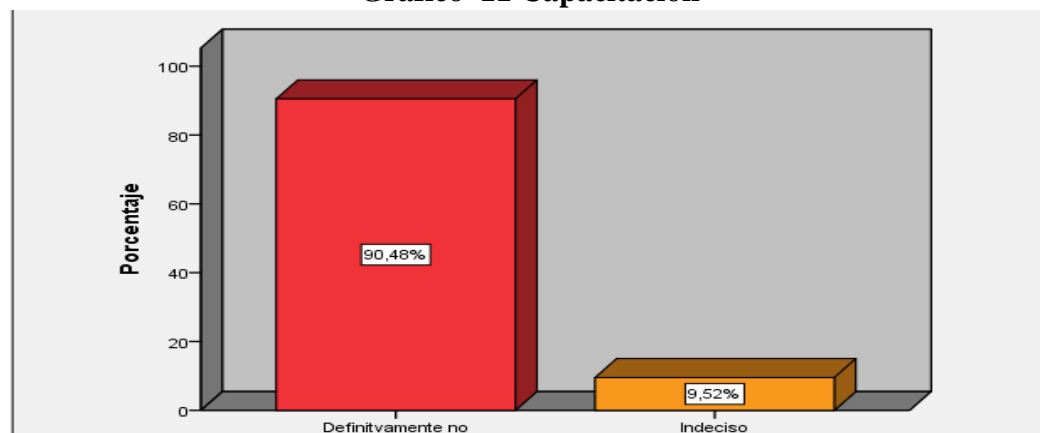
Tabla 16 Capacitaciones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	19	90,5
	Indeciso	2	9,5
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Grafico 11 Capacitación



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Con alto porcentaje de los socios indican que no han recibido capacitaciones con temas direccionados a sus responsabilidades, lo que revela que los directivos no se orientan en mejorar los conocimientos de los socios que les permita desenvolverse en sus necesidades, fortalecer las habilidades o comportamiento ejecutadas en su entorno laboral y social, además un bajo porcentaje se mostró indeciso en el momento de responder las preguntas debido al desconocimiento de estos temas.

Pregunta 11.- ¿Existe un ambiente agradable entre directivos – socios?

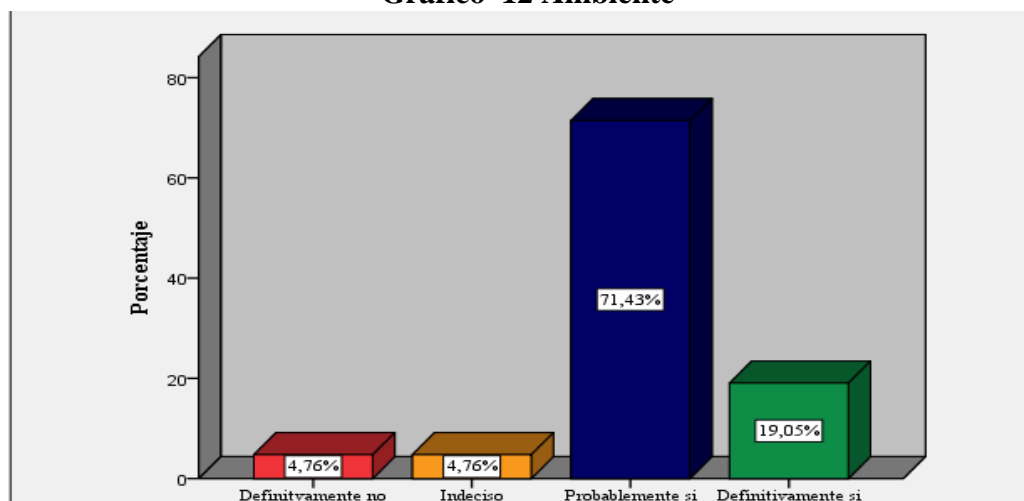
Tabla 17 Ambiente

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Definitivamente no	1	4,8
	Indeciso	1	4,8
	Probablemente si	15	71,4
	Definitivamente si	4	19,0
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Grafico 12 Ambiente



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

En el factor a un ambiente agradable entre directivos-socios los encuestados confirman que establecen este vínculo, debido que estas cuestiones son importantes para las compañías u organizaciones porque establecen el sentido de pertinencia para los individuos que pertenecen a un núcleo organizacional y administrativo, con el único objetivo de compartir experiencias para que las actividades se conviertan en integra, mientras tanto un bajo porcentaje comenta que no ha tenido buenas relaciones con los directivos.

Pregunta 12.- ¿Cuenta la compañía con un control (base de datos) de los usuarios que prestan sus servicios?

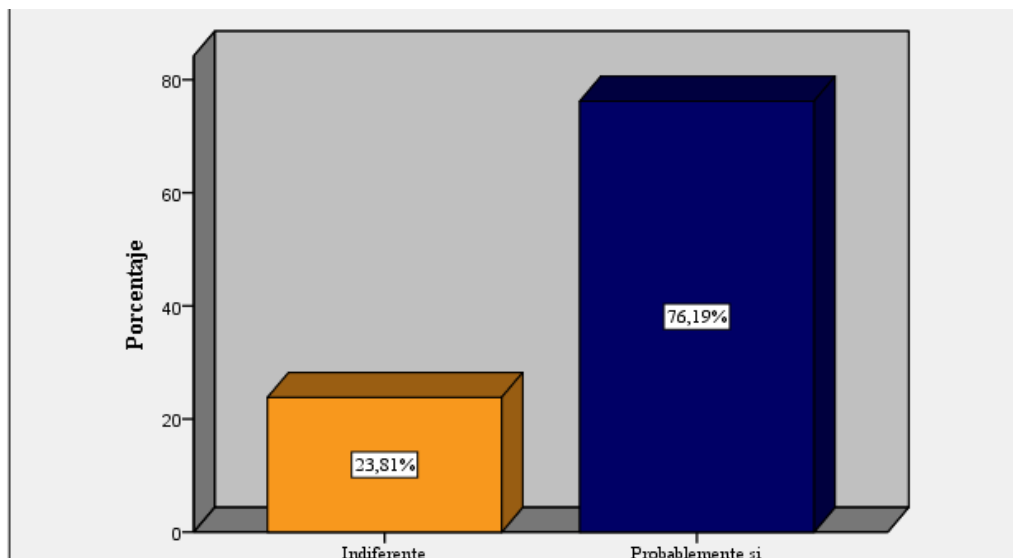
Tabla 18 Control

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Indiferente	5	23,8
	Probablemente si	16	76,2
Total		21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Grafico 13 Control



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Los encuestados manifiesta que probablemente si cuenten con una base de datos, pero de una manera empírica ya que poseen los registros de sus clientes fijos, esta información es veraz y oportuna debido que nos ayudara con la muestra para realizar las encuestas a los clientes fijos de la empresa y se la realiza por muestreo por conveniencia.

Pregunta 13.- ¿Considera usted que los directivos han realizado una buena labor en la compañía?

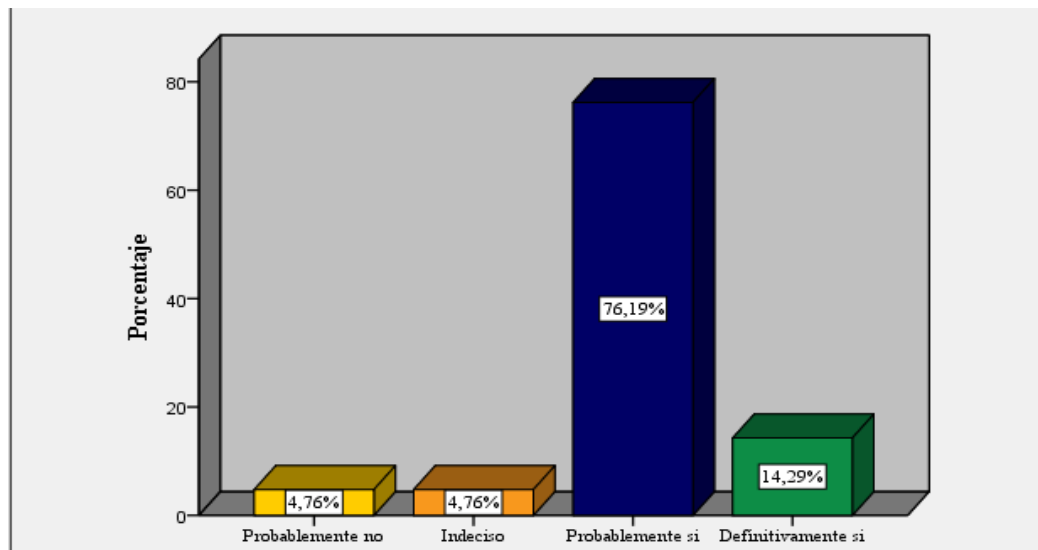
Tabla 19 Directivos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Probablemente no	1	4,8
	Indeciso	1	4,8
	Probablemente si	16	76,2
	Definitivamente si	3	14,3
	Total	21	100,0

Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

Grafico 14 Directivos



Fuente: Socios de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R.

En este aspecto los socios encuestados manifiestan que probablemente sí, debido que los directivos tratan los asuntos de importancia en cada uno de las reuniones y por lo tanto pueden dar opiniones y sugerencias para lograr mejorar los servicios que ofrece la compañía.

3.1.3. Análisis de la encuesta –Usuarios.

Edad

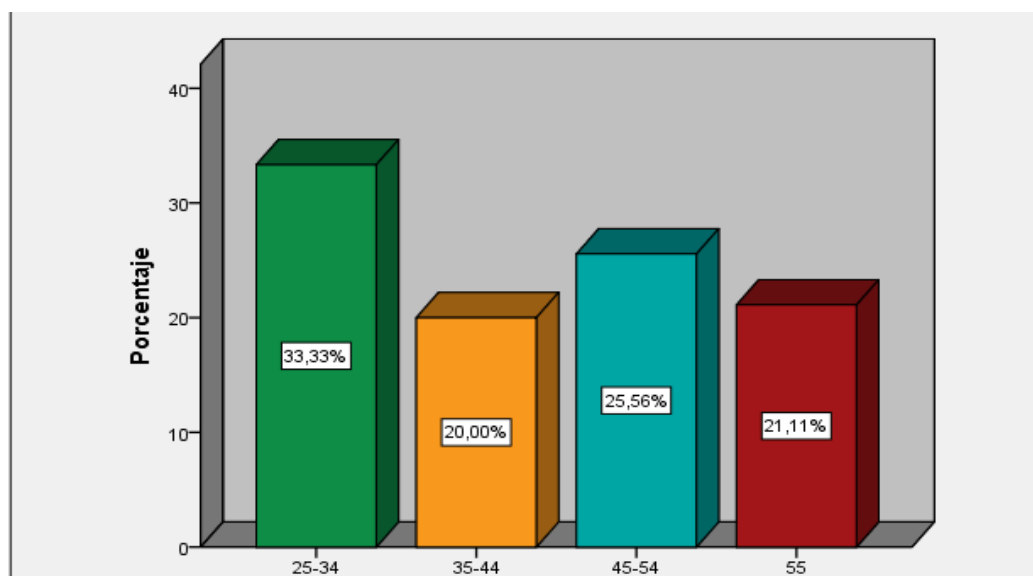
Tabla 20 Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	25-34	30	33,3
	35-44	18	20,0
	45-54	23	25,6
	55	19	21,1
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Grafico 15 Edad



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

De los usuarios encuestados la mayor parte está entre el rango de 25-34 años, seguidos con el rango de 45-54 años lo que muestra es que las personas están en edad mayor y sus principales fuentes de ingresos son sus emprendimientos al cual pertenecen y de esta forma requieren de nuestros servicios para transportar los productos terminados.

Género

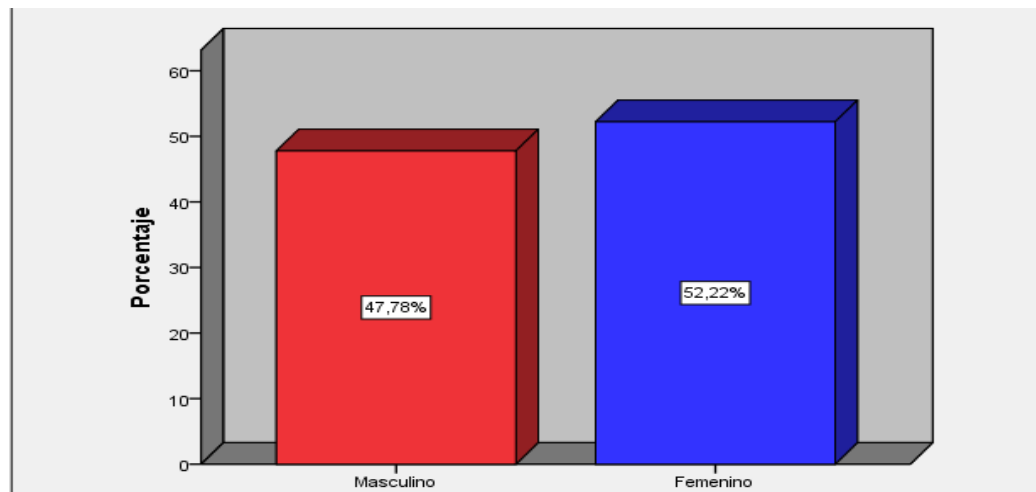
Tabla 21 Género-Clientes

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Masculino	43	47,8
Femenino	47	52,2
Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Grafico 16 Género-Clientes



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Con el factor del género de los clientes fijos encuestados se estableció que la mayor parte de los individuos que requieren el servicio de la compañía de taxis Transolocomsa S.A. son del género masculino, los mismo que son usuarios constantes, pero con un porcentaje considerable está el género femenino; además todos los clientes fijos encuestados revelo información valida y real de las gestiones y actividades de la compañía.

Nivel de Instrucción

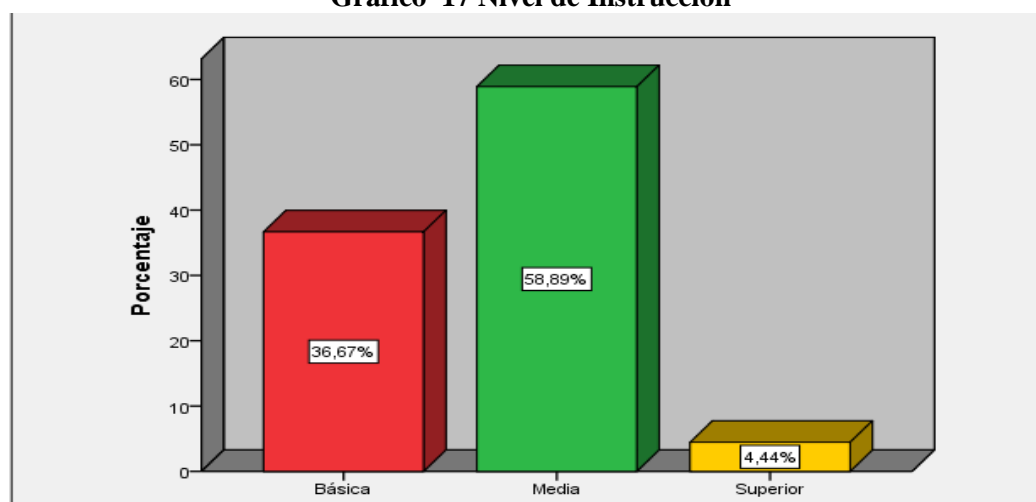
Tabla 22 Nivel de Instrucción

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Básica	33	36,7
	Media	53	58,9
	Superior	4	4,4
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Grafico 17 Nivel de Instrucción



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

La encuesta realizada a los clientes fijos se determinó que con un alto porcentaje en el nivel de instrucción recaen en aspecto medio, factor beneficioso para recopilar información real y válida ante las preguntas determinadas, además no dejando de constatar los demás clientes debido que se encuentran en nivel de instrucción básico, es decir ellos poseen las experiencias de la actividad que realizan en la compañía.

Pregunta 1.- ¿Los valores corporativos se difunden en los medios de transporte de la compañía?

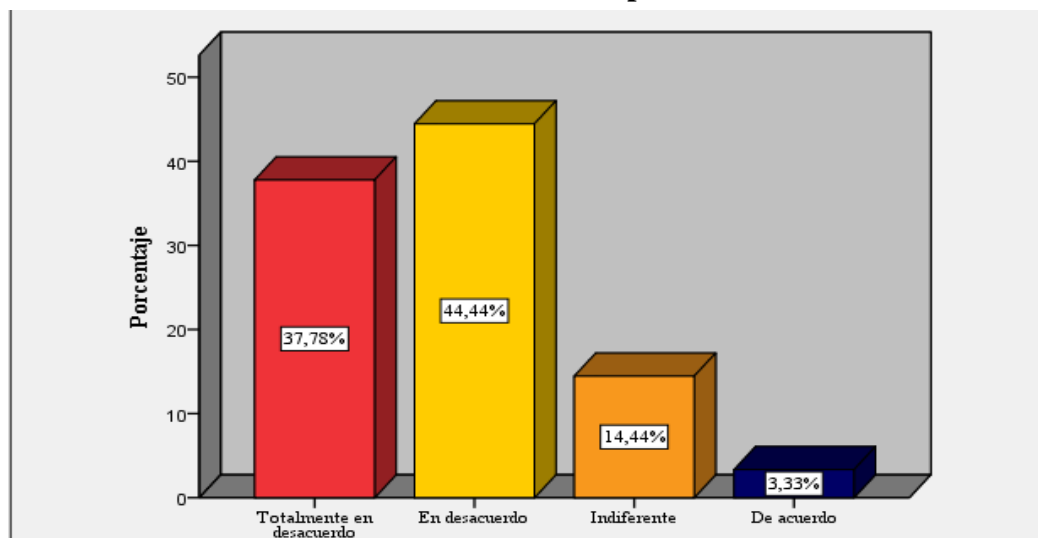
Tabla 23 Valores Corporativos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	34	37,8
	En desacuerdo	40	44,4
	Indiferente	13	14,4
	De acuerdo	3	3,3
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Grafico 18 Valores Corporativos



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

De los clientes fijos encuestados la mayoría determina que en los medios de movilización no se difunde los valores corporativos de la compañía, estableciendo que los directivos deben hacer énfasis en este factor, debido que es fundamental para el reconocimiento hacia los individuos. Además, un bajo porcentaje se encontró indiferente por la carencia de conocimiento de este tema.

Pregunta 2.- ¿Considera Ud. Que la compañía Transolocomsa S.A necesita de un plan estratégico que ayude a mejorar su gestión?

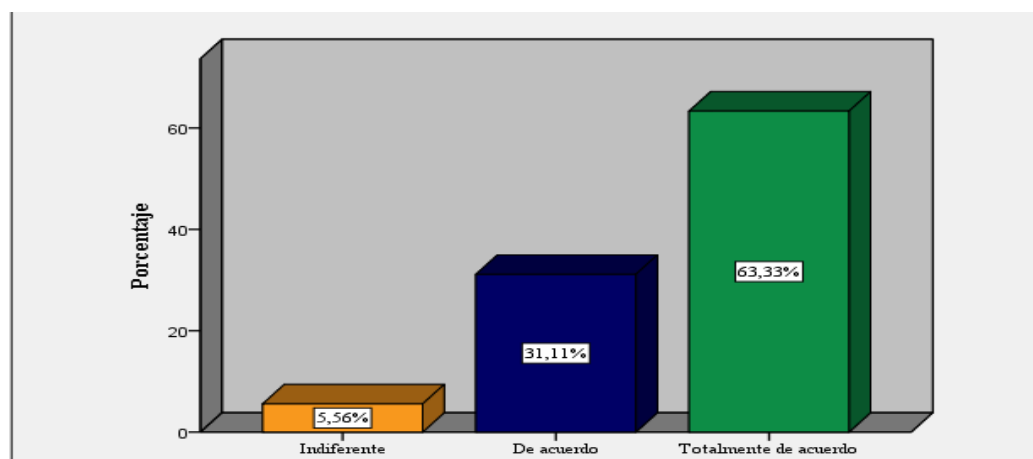
Tabla 24 Plan Estratégico

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Indiferente	5	5,6
	De acuerdo	28	31,1
	Totalmente de acuerdo	57	63,3
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Grafico 19 Plan Estratégico



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Los clientes fijos están totalmente de acuerdo que en el servicio de la compañía requieren un plan estratégico que ayude a mejorar su gestión debido que de esta manera se establecerá una planificación formal de las actividades, esto provoca que los clientes fijos serán los principales beneficiarios en obtener un excelente servicio de acuerdo a sus necesidades, además un bajo porcentaje verifica estar indeciso por la carencia de conocimiento del tema plan estratégico.

Pregunta 3.- ¿Considera Ud. que el trato que brindan los choferes es el adecuado?

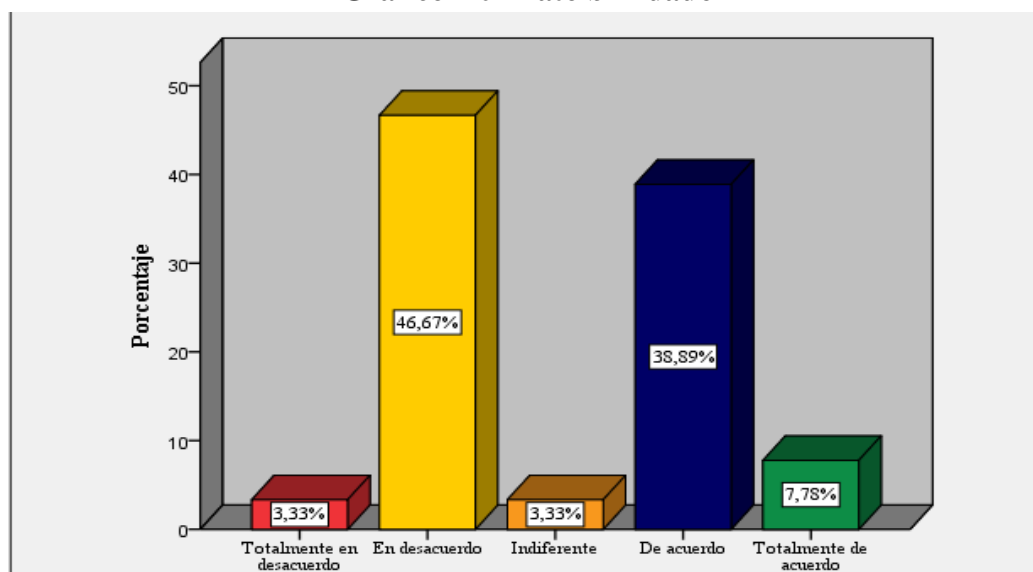
Tabla 25 Trato brindado

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	3,3
	En desacuerdo	42	46,7
	Indiferente	3	3,3
	De acuerdo	35	38,9
	Totalmente de acuerdo	7	7,8
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Gráfico 20 Trato brindado



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

En el aspecto trato de los choferes los encuestados manifiestan que están en desacuerdo, debido que los clientes no están siendo tratados de manera gentil y cordial por los choferes de la compañía, en otro punto los clientes fijos están de acuerdo, en estos temas debidos que comentan que los choferes conservan un trato amable con ellos.

Pregunta 4.- ¿Los choferes de la compañía muestran ser éticos en su trabajo?

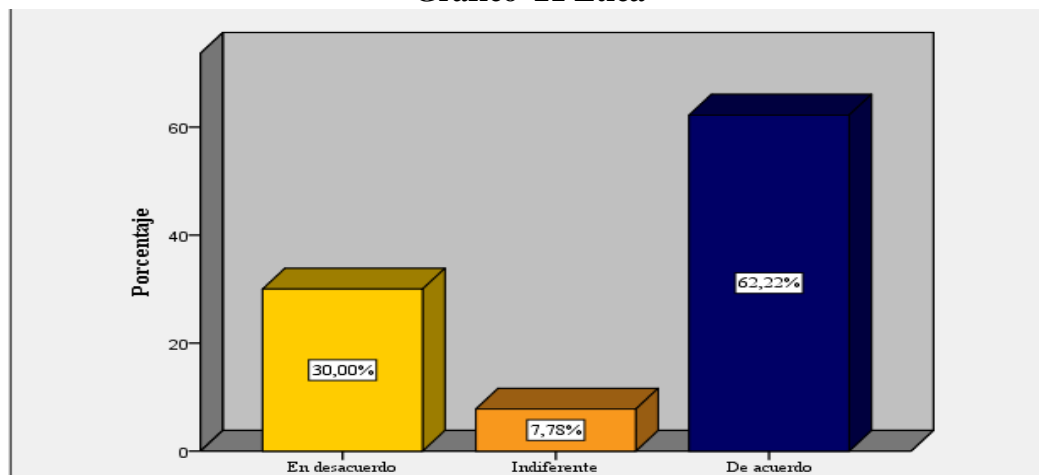
Tabla 26 Ètica

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	27	30,0
	Indiferente	7	7,8
	De acuerdo	56	62,2
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Grafico 21 Ètica



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

De una manera masiva los clientes encuestados establecieron que están de acuerdo por la forma que los choferes exponen la ética profesional, debido que recalcar la predisposición de ayudar a bajar los materiales y llevarlas lo más cerca posible de los emprendimientos al cual ellos pertenecen, además un menor porcentaje de los clientes encuestados está en desacuerdo debido que es su trabajo mostrar ese buen trato hacia sus clientes.

Pregunta 5.- ¿Existen preferencias de parte de los choferes por ser usuario(a) constante de la compañía?

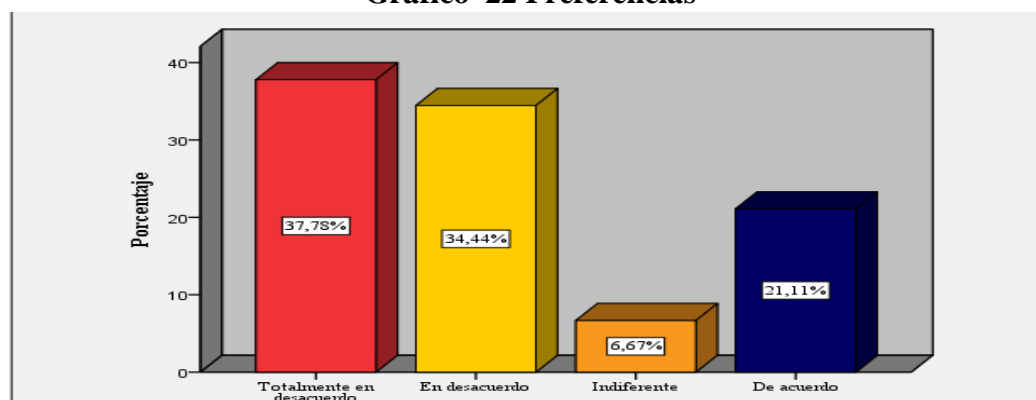
Tabla 27 Preferencias

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	34	37,8
	En desacuerdo	31	34,4
	Indiferente	6	6,7
	De acuerdo	19	21,1
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Grafico 22 Preferencias



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

En este punto un alto porcentaje de los clientes manifestó estar en totalmente en desacuerdo, debido que los que los encuestados comentan que deben ser imparcial y el servicio debe ser por igual, pero sería de gran impacto frente a otra compañía una retribución a la fidelidad que poseen de parte de los clientes, implementando este factor se alcanzara un beneficio de ambas parte clientes y choferes, en otro punto hay clientes que comentan que si reciben preferencias de parte de los socios por servicio que ofrecen.

Pregunta 6.- ¿Considera Ud. que el servicio que ofrece la compañía cumple sus expectativas?

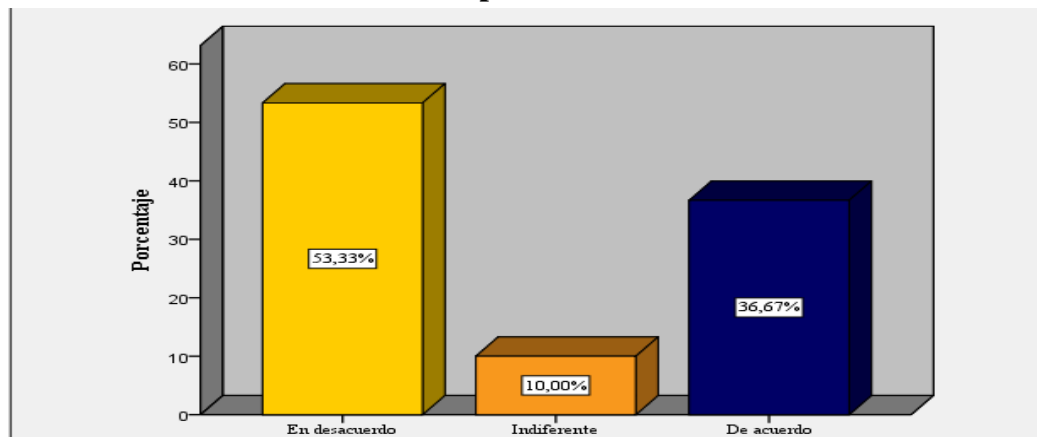
Tabla 28 Expectativas del servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	48	53,3
	Indiferente	9	10,0
	De acuerdo	33	36,7
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Gráfico 23 Expectativas del servicio



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados R

Como se verifica en la gráfica la gran parte de los clientes encuestados con el aspecto servicio prestado por la compañía no cumple con los gustos y preferencias, debido que los choferes de los taxis solo cumplen con dejarlos en su destino y que les cancele con el servicio, para mejorar este servicio la compañía debe implementar herramientas tecnológicas para brindar un excelente servicio, además un porcentaje significativo está de acuerdo, debido que comentan que el servicio han cumplido las preferencias.

Pregunta 7.- ¿Ud. se siente satisfecho(a) por el servicio que brinda la compañía?

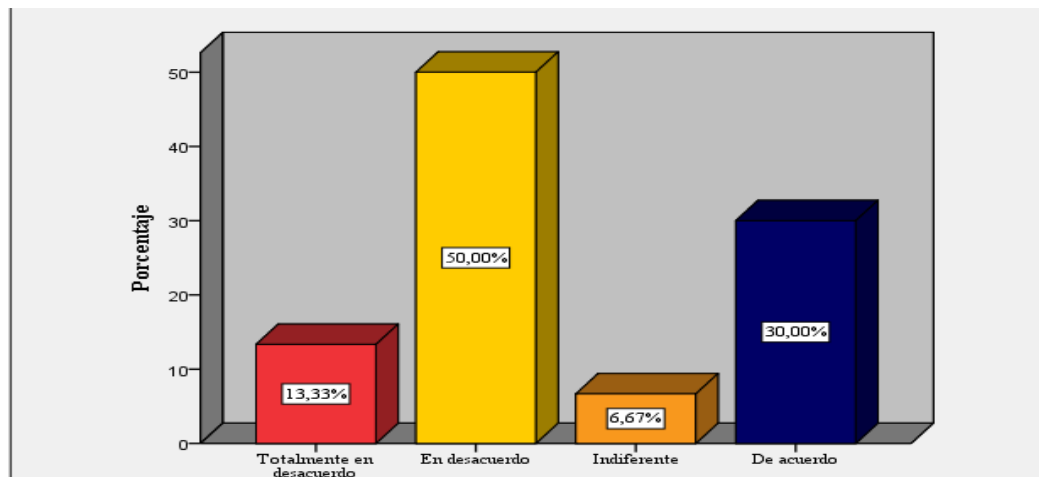
Tabla 29 Satisfacción

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	12	13,3
	En desacuerdo	45	50,0
	Indiferente	6	6,7
	De acuerdo	27	30,0
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Grafico 24 Satisfacción



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Con un alto porcentaje de los encuestados manifiestan que están en desacuerdo debido que no estas satisfecho por el servicio que ofrece la compañía, esto refleja porque los choferes no muestran interés en su trabajo, por lo tanto, ellos deben mostrar el mayor interés y cumplir las expectativas de los clientes, además un porcentaje significativo muestra estar de acuerdo con el servicio que brinda la compañía.

Pregunta 8.- ¿Esta Ud., de acuerdo con la tarifa que el cobran los taxistas?

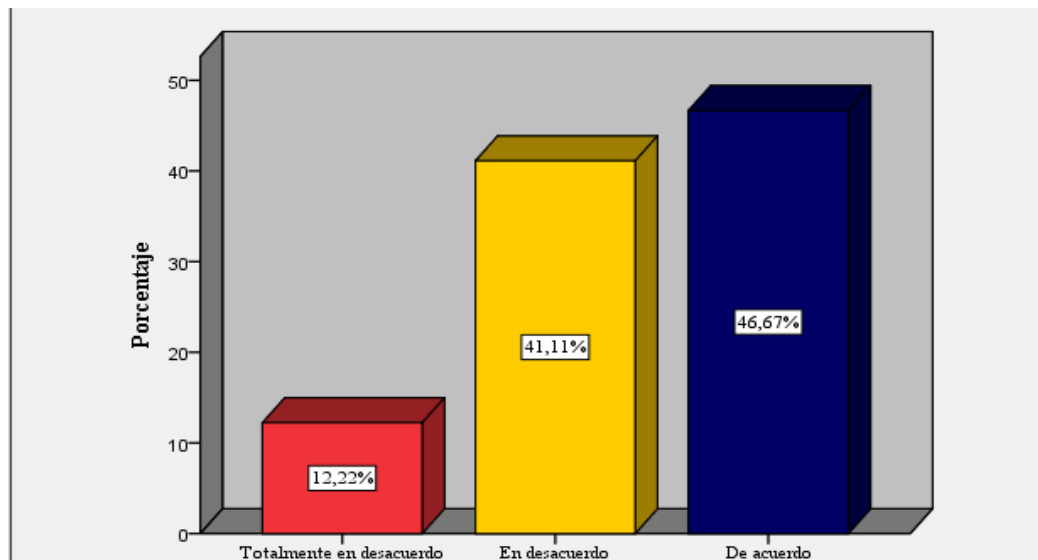
Tabla 30 Tarifa

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	12,2
	En desacuerdo	37	41,1
	De acuerdo	42	46,7
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Gráfico 25 Tarifa



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Como se puede verificar en la gráfica un alto porcentaje está de acuerdo con cancelar la tarifa que cobran los choferes, debido que son realistas y no exceden las tarifas ya que son clientes de años y ellos están requiriendo los servicio casi siempre, por otra parte, un porcentaje significativo de los clientes indica que están en desacuerdo debido que muchas veces cobran un poco más dependiendo de las cargas que llevan los clientes.

Pregunta 9.- ¿Se siente Ud. Seguro durante recorrido hacia su destino?

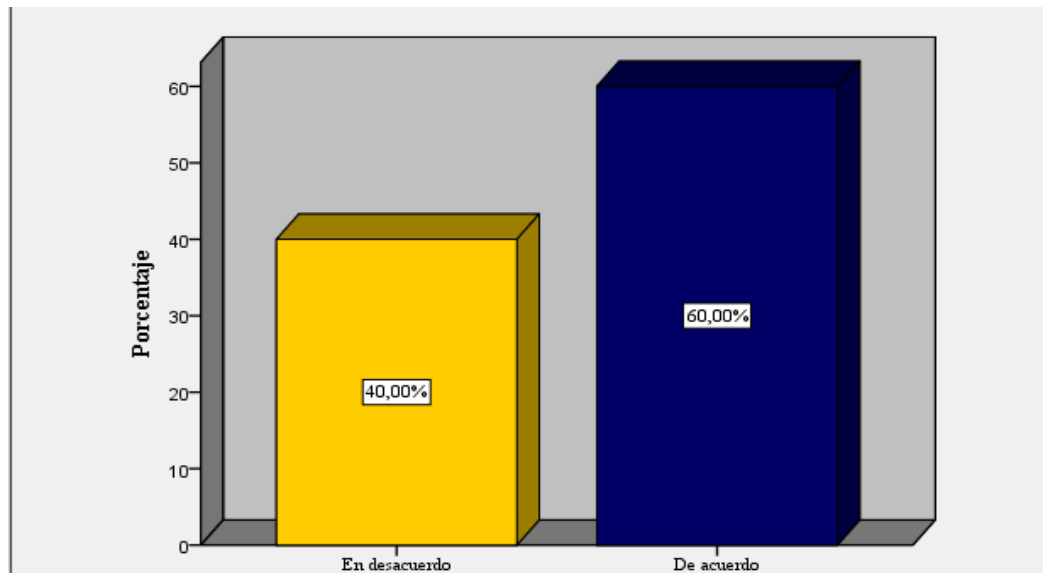
Tabla 31 Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	36	40,0
	De acuerdo	54	60,0
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Gráfico 26 Seguridad



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A

Elaborado por: John Granados Rodríguez

Un porcentaje alto como se puede verificar en la gráfica, los clientes manifiestan que están de acuerdo porque se sienten seguro durante el recorrido hacia su lugar de destino, debido que los choferes en el momento de ocupar los taxis, verifican que todo esté bien, cierran las puertas y se aseguran del cinturón de seguridad, pero un porcentaje significativo afirman estar en desacuerdo debido que choferes no manifiestan importancia en la seguridad del servicio.

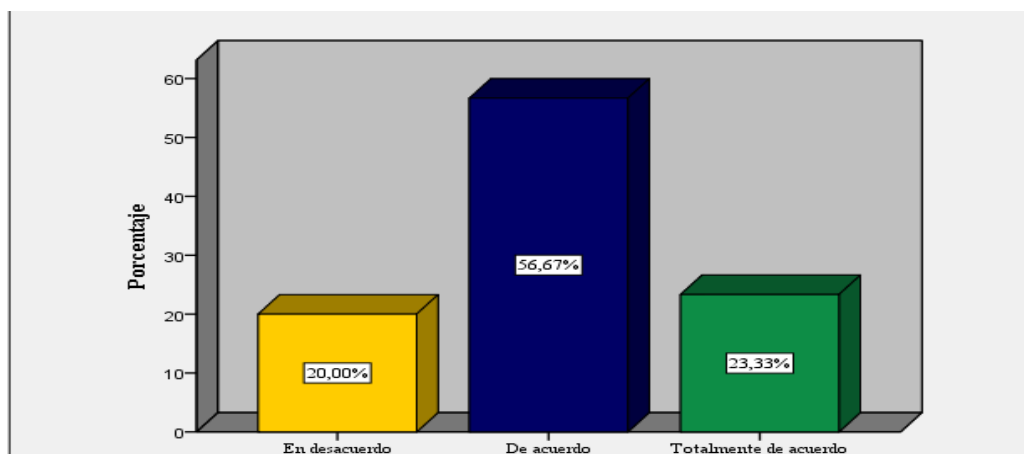
Pregunta 10.- ¿considera Ud. que la compañía debe implementar mecanismos de control para evaluar su satisfacción?

Tabla 32 Mecanismos de control

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	En desacuerdo	18	20,0
	De acuerdo	51	56,7
	Totalmente de acuerdo	21	23,3
	Total	90	100,0

Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A
Elaborado por: John Granados Rodríguez

Grafico 27 Mecanismos de control



Fuente: clientes de la compañía taxis Transolocomsa S.A
Elaborado por: John Granados Rodríguez

Con los mecanismos de control para evaluar la satisfacción de los clientes un porcentaje alto manifiestan estar de acuerdo en que se incorpore, es decir con este factor se podrá verificar si los clientes están totalmente satisfecho con el servicio, además los socios y directivos deben buscar otras alternativas para seguir mejorando, además un porcentaje significativo manifiesta que está en desacuerdo debido que piensan que con los que cuenta están bien, pero esto no sería una medida estable porque seguirían así por muchos años más y no tendrían beneficios.

3.2.Limitaciones

En el presente trabajo de investigación se exhibieron factores limitantes para el proceso de la indagación, a continuación, se presentan y detallan los mismos:

- ❖ Con los respectivos directivos se presentó dificultades por el limitado tiempo de parte de ellos, debido que realizaban tramites de la compañía, y esto conllevó retrasos para realizar la entrevista y recopilar información de la problemática a investigar.
- ❖ Con los socios de la compañía tuve otros limitantes debido al llamado de reuniones, no asistían todos y tenía que esperar otras reuniones o acudir a sus hogares para realizar la respectiva encuesta.
- ❖ Para realizar las encuestas a los clientes de la compañía, en muchas ocasiones se tomaba más tiempo de lo previsto en contestar las preguntas, debido al insuficientes conocimientos al tema plan estratégico, también hubo personas que no les agrado responder las preguntas debido a que se encontraban trabajando.

3.3. Resultados

Los resultados de la presente investigación permitieron analizar si mejorará el plan estratégico en la gestión administrativa de la compañía de taxis Transolocomsa S.A. donde se establece las estrategias acordes que impulsen a los directivos y socios a desarrollar de manera eficaz y efectiva las actividades que realicen en la compañía, donde se derivan los siguientes resultados:

Entrevista

No cuenta con un plan estratégico que este enfocado a las gestiones que desempeña la compañía, debido que los directivos tienen carencia de experiencia e ineficiente conocimiento administrativos en el campo que se desenvuelven, de tal manera las actividades son ejecutadas de forma empírica; de igual ocurre con la carencia de estrategias administrativas que apoyen a desarrollar de manera organizada y estructurada cada una de las actividades.

Encuesta para socios

- ❖ El nivel de instrucción de los socios es medio, donde el 52,4% que aporta de manera positiva, debido que pueden expresar sus sugerencias, opiniones y puntos de vista para establecer las actividades que corresponden a las gestiones de la compañía.
- ❖ Los resultados también mostraron que el 71,4% de los socios señalan que efectivamente no cuenta con un plan estratégico que socorra a ejecutar de forma organizada las actividades de la compañía.
- ❖ Con un alto porcentaje del 71,4% los socios enmarcaron que definitivamente no cuentan con programas e proyectos estratégicos, debido que los directivos tienen insuficiente conocimiento para ejecutarlos y de los beneficios que obtendrá si se lo realiza de una manera efectiva.
- ❖ La compañía respectivamente no tiene una planificación formal para ejecutar sus actividades, esto lo respalda los socios con un 57,1%, debido

que las realizan de manera empírica sin tener visión de los inconvenientes que esto puede provocar.

Encuestas a Clientes Fijos

- ❖ En el presente trabajo los resultados adquiridos de la encuesta realizada a los clientes fijos de la compañía de taxis Transoloncomsa muestra que el 58,9% de los encuestados tiene un nivel de instrucción media, por ende, manifestaron información real ante las incógnitas.
- ❖ También un 63,3% de los clientes fijos manifestó estar totalmente de acuerdo en que la compañía requiere de plan estratégico que le ayude a mejorar la gestión administrativa, disminuyendo en tiempo y espacio para realizar sus actividades.
- ❖ Unos de los puntos relevantes es el servicio que ofrece, debido que el 53,3% de los clientes fijos manifestó estar en desacuerdo, esto hace referencias a las carencias de crear estrategias y accionar con respecto al servicio, donde se debe buscar satisfacer los gustos y preferencias de los usuarios.
- ❖ También los resultados expresaron que el 56,7% de los usuarios encuestados está de acuerdo en que se implemente sistemas de control para registrar la satisfacción del cliente, debido que con los resultados que hemos recopilados podemos buscar otros métodos y alternativas de solución para la compañía.

3.4.Propuesta

Plan estratégico para la compañía de taxis Transolocomsa S.A de la Comuna Sinchal, Provincia de Santa Elena, año 2018.

3.4.1. Introducción

Todas las empresas sean estas pequeñas, medianas y grandes, deben seguir con un proceso administrativo para mejorar sus funciones, y estar acorde con la ejecución de planificar, organizar, dirigir y controlar, estas gestiones permitan que los administradores y todo el personal que cuenta la compañía amplíen estrategias, aprovechando los recursos que cuenta la compañía tales como humanos, materiales y tecnológicos, con estos factores tendrán una mejor planificación y podrán alcanzar los objetivos, de esta manera hacer efectiva sus labores para beneficio propio y de los usuarios.

La compañía de taxis Transolocomsa S.A. se dedica al servicio de transportación, haciendo énfasis que tiene poco tiempo en el mercado laboral carece de un plan estratégico que apoye a realizar los procesos de las actividades administrativas.

En cuanto a la situación actual que presenta la compañía debe implementar un plan estratégico que esté acorde a todas las necesidades y dentro de ellas el direccionamiento estratégico, desconocimiento administrativo de los directivos, esto provoca que no tenga una planificación formal de las actividades, además la inexistencia de una estructura organizacional para establecer los puestos de trabajo y carencia de estrategias que ayuden a desempeñar mejor las gestiones.

3.4.2. Justificación

El plan estratégico es un instrumento que apoya a la organización ha cumplir los objetivos, estableciendo las decisiones necesarias para conseguirlos y lograr que la empresa sea competitiva integrando a quienes lo conforman dentro de la organización, incluido las personas que requieren del servicio, por esta razón se recalca que las estrategias a implementarse en la compañía de taxis Transolocomsa S.A. para mejorar las gestiones administrativas que corresponden a su actividad.

La propuesta del plan estratégico está sujeta a lo siguiente: misión, visión, objetivos, valores, diseño organizacional, matriz FODA, matriz estratégica FODA, estrategias, proceso administrativo, recursos humanos, materiales, tecnológicos, estos factores son de gran importancia para que la compañía mejore el cumplimiento de sus gestiones administrativas.

Estos factores ya antes mencionados permitirán que la compañía mejore sus actividades, también para que el personal aumente sus conocimientos en temas como el proceso administrativo, de esta forma puedan realizar sus labores de manera eficiente y eficaz, cumpliendo las metas y objetivos planteados por la compañía. Además, el presente trabajo para un mayor sustento de investigación está adaptado al Modelo de José María Sainz con su tema “El plan estratégico en la práctica” año 2018.

3.4.3. Planificación Estratégica

3.4.3.1.Misión

Somos una compañía dedicada al servicio de taxis con un eficiente nivel de calidad, seguridad y confort; satisfaciendo las necesidades y expectativas de los usuarios y clientes de la ruta del spondylus.

3.4.3.2.Visión

Convertirse en una compañía líder en el servicio de taxis en la ruta del spondylus implementando y equipando unidades vehiculares de última generación, para entregar mayor cobertura y que los clientes se sientan cómodos y seguros con nuestros servicios.

3.4.3.3.Objetivos

3.4.3.3.1. Objetivo General

Diseñar un plan estratégico que contemple las tácticas para el mejoramiento de la gestión administrativa de la compañía de taxis Transolocomsa S.A.

3.4.3.3.2. Objetivos específicos

- ❖ Fortalecer la gestión administrativa de la compañía de taxis Transolocomsa S.A. por medio de un plan estratégico para el direccionamiento de sus

actividades, reduciendo los recursos y mejorando el servicio a ofrecer; calidad, seguridad y confort que cumplan con los gustos y preferencias de los clientes fijos

- ❖ Determinar una planeación estratégica basado en un plan para el mejoramiento de la gestión administrativa de la compañía.
- ❖ Implementar estrategias que aporten la correcta administración de la gestión.

3.4.3.3.3. Valores

Responsabilidad y compromiso: cumplir con todas las disposiciones recomendadas y deberes que se les conceda, conforme a sus puestos de trabajo.

Innovación: Todos los individuos que conforman la compañía colaboraran con creatividad, conocimientos y estar comprometidos a implementar y ejecutar nuevas tecnologías para reformar y mejorar el servicio.

Sentido de pertinencia: todo individuo debe sentirse orgulloso y honrado de pertenecer a la compañía entregando toda la predisposición para trabajar y generar beneficios positivos para la organización.

Seguridad: brindar la seguridad que este a su alcance para cada uno de los clientes que requieran nuestros servicios y llevarles a sus lugares de destino sano y salvo, debido que son nuestras principales fuentes de generar ganancias para todos los involucrados.

3.4.3.4. Diagnóstico Situacional

3.4.3.4.1. FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Compañía legalmente constituida.	Inexistencia de un Plan estratégico
Permiso de Funcionamiento otorgado por la agencia nacional de tránsito.	Carencia de capacitaciones en atención al usuario
Personal confiable en su trabajo	Inexistencia de una estructura organizacional
Brinda el servicio con precios justos	Carencia de infraestructura propia
Buena Comunicación entre directivos - socios	No existe difusión de la imagen Corporativa
Choferes experimentados y con licencia	Carencia de capacitaciones en sus funciones y deberes
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Crear fuentes de Financiamientos	Nuevos competidores en el sector donde opera
Convenios con almacenes y casa de repuesto automotrices	Perdidas de clientes
Mejorar y equipar las condiciones de los vehículos	Nuevas normas y reglas gubernamentales
Buscar asesoramiento con profesionales	Deterioro de vía o calles de acceso
Convenios con instituciones competentes	Aumento de accidentes de tránsito
Ampliación de nuevas rutas	Incremento de la delincuencia en la zona

Fuente: Compañía de taxis Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

3.4.3.4.2. Matriz estratégica FODA

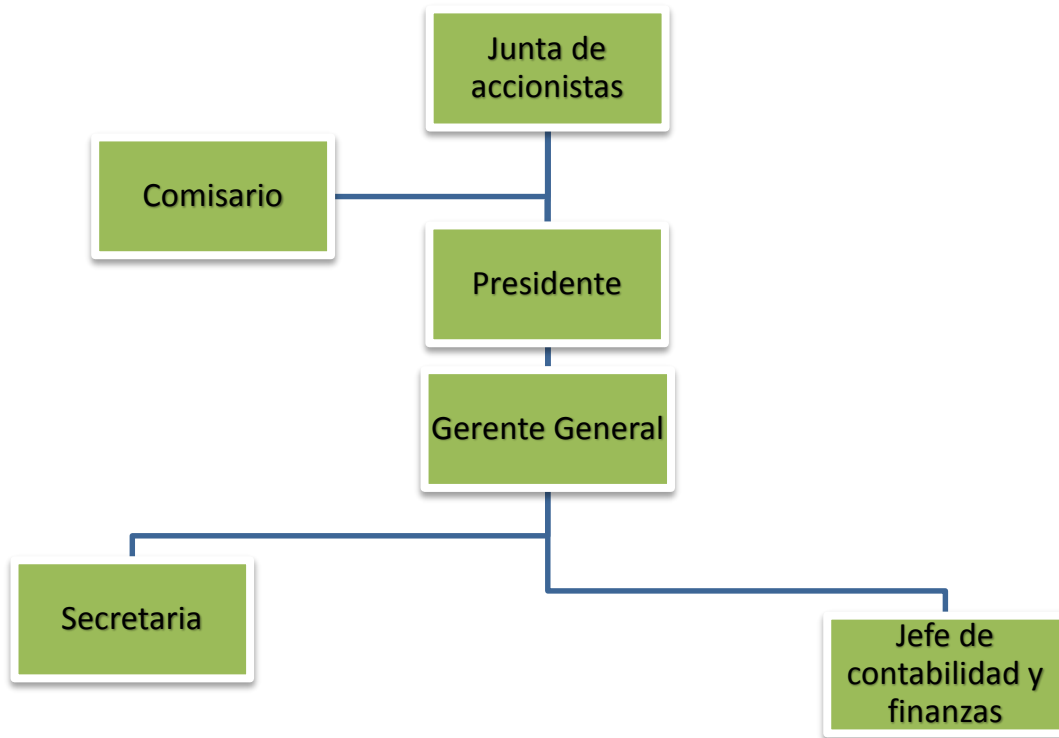
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Internos	1. Compañía legalmente constituida.	1. Inexistencia de un Plan estratégico
	2. Permiso de Funcionamiento otorgado por la agencia nacional de tránsito.	2. Carencia de capacitaciones en atención al usuario
	3. Personal confiable en su trabajo	3. Inexistencia de una estructura organizacional
Externos	4. Brinda el servicio con precios justos	4. Carencia de infraestructura propia
	5. Buena Comunicación entre directivos - socios	5. No existe difusión de la imagen Corporativa
	6. Choferes experimentados y con licencia	6. Carencia de capacitaciones en sus funciones y deberes
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Crear fuentes de Financiamientos	1.- F1-O2-O3 Ejecutar alianzas con almacenes y casas de repuestos automotrices	1.- D1-O4 Elaborar un plan estratégico que apoye a mejorar la gestión administrativa de la compañía
2. Convenios con almacenes y casa de repuesto automotrices		
3. Mejorar y equipar las condiciones de los vehículos	2.- F5-O4 Aprovechar la buena comunicación de los directivos - socios para gestionar el asesoramiento profesional.	2.- D6-O5 Planificar programas de capacitación para directivos, correspondientes a sus funciones y deberes.
4. Buscar asesoramiento con profesionales		
5. Convenios con instituciones competentes	3.- F1-F6-O4 Ofrecer un buen servicio de calidad para atraer nuevos clientes y generar ingresos.	3.- D4-O1 Gestionar un préstamo bancario para remodelar un local propio
6. Ampliación de nuevas rutas		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Nuevos competidores en el sector donde opera	1.- F2-F3 Cumplir con las normas y reglamentos gubernamentales para la correcta gestión de la compañía	1.- D1-A1 Diseñar una estructura organizacional para ejecutar las actividades diarias del personal
2. Perdidas de clientes		
3. Nuevas normas y reglas gubernamentales	2.- F5-A2 Ejecutar reuniones mensuales para implementar mecanismos de control (base de datos) de usuarios que requieren del servicio.	2.- D2-A1 Capacitar a los choferes con temas de atención al cliente para cumplir con los gustos y preferencias
4. Deterioro de vía o calles de acceso		
5. Aumento de accidentes de tránsito	3.- F3-A1 Incitar a los choferes a recibir capacitaciones para adquirir nuevos conocimientos.	3.- D5-A2 Propagar la imagen corporativa en los vehículos y mejorar la imagen del personal (camisas) para la diferenciación de la compañía
6. Incremento de la delincuencia en la zona		

Fuente: Compañía de taxis Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

3.4.3.5. Implementación de estrategias

3.4.3.5.1. Estructura Organizacional



Fuente: Compañía de taxis Translocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

3.4.3.5.2. Funciones de cada miembro

3.4.3.5.3. Rol de la compañía

Junta de accionistas: organismo de administración e inspección que toma buenas decisiones para el funcionamiento de la compañía.

Comisario: se encarga de vigilar el correcto funcionamiento y administración de la compañía.

Presidente: es el encargado de comunicar entre la junta de accionistas y el gerente para crear un potencial mayor y valor agregado a la compañía, debe cumplir con la visión de la compañía, además cita a las reuniones ordinarias y extraordinarias si en caso se las requieran.

Gerente: es el representante legal de la compañía, se encarga de planificar, organizar y dirigir cada una de las actividades de la compañía.

Secretaria: se encarga de tramitar expedientes y oficios, además debe conocer los procesos administrativos de la compañía.

Jefe de contabilidad y finanzas: es el encargado de disponer los análisis e informes contables, además de buscar opciones para optimizar los recursos existentes.

3.4.3.5.4. Estrategias

- ❖ Elaborar un plan estratégico que apoye a mejorar la gestión administrativa de la compañía.
- ❖ Diseñar una estructura organizacional para ejecutar las actividades diarias del personal.
- ❖ Gestionar un préstamo bancario para remodelar un local propio.
- ❖ Propagar la imagen corporativa en los vehículos y mejorar la imagen del personal (camisas) para la diferenciación de la compañía.

- ❖ Aprovechar la buena comunicación de los directivos - socios para gestionar el asesoramiento profesional.
- ❖ Planificar programas de capacitación para directivos, correspondientes a sus funciones y deberes.
- ❖ Capacitar a los choferes con temas de atención al cliente para cumplir con los gustos y preferencias.
- ❖ Incitar a los choferes a recibir capacitaciones para adquirir nuevos conocimientos.
- ❖ Ofrecer un buen servicio de calidad para atraer nuevos clientes y generar ingresos.
- ❖ Ejecutar reuniones mensuales para implementar mecanismos de control (base de datos) de usuarios que requieren del servicio.
- ❖ Ejecutar alianzas con almacenes y casas de repuestos automotrices.
- ❖ Cumplir con las normas y reglamentos gubernamentales para la correcta gestión de la compañía.

3.4.3.5.5. Plan de Acción

Problema					
Inexistencia de un plan estratégico para la compañía de taxis Translocomsa S.A					
Propósito de la Propuesta	Fortalecer la gestión administrativa de la compañía de taxis Translocomsa S.A. por medio de un plan estratégico para el direccionamiento de sus actividades, reduciendo los recursos y mejorando el servicio a ofrecer; calidad, seguridad y confort que cumplan con los gustos y preferencias de los usuarios.				
Objetivos	Estrategias	Actividades	Responsable	Tiempo	Costo
Mejorar las actividades de la compañía mediante criterios de decisión para la realización de acciones correctas.	Elaborar un plan estratégico que apoye a mejorar la gestión administrativa de la compañía.	Diseñar la ruta adecuada mediante una distribución adecuada del personal para alcanzar los objetivos	Presidente - Gerente	1 año	2500
	Diseñar una estructura organizacional para ejecutar las actividades diarias del personal.	Elaborar el presupuesto de: recursos humanos, materiales, tecnológicos mediante el organigrama planteado.	Presidente - Gerente		
Edificar una sede propia e identidad propia mediante un préstamo bancario para diferenciación de su imagen y sea reconocida a nivel local.	Gestionar un préstamo bancario para remodelar un local propio.	Buscar entidades financieras donde ofrezcan menores tasas de impuestos.	Gerente - Jefe de contabilidad y finanzas	1 mes	1500
	Propagar la imagen corporativa en los vehículos y mejorar la imagen del personal (camisas) para la diferenciación de la compañía.	Dialogar con todo el personal de la empresa para el modelo del uniforme	Gerente - Presidente - Junta de accionistas	1 mes	210

Fortalecer los conocimientos desarrollando su habilidades y destrezas para el desempeño de las gestiones diarias de la compañía	Aprovechar la buena comunicación de los directivos - socios para gestionar el asesoramiento profesional.	Definir tres tipos de capacitaciones: proceso administrativo, gestión administrativa, atención al cliente	Gerente - Secretaria	3 meses	600
	Planificar programas de capacitación para directivos, correspondientes a sus funciones y deberes.				
	Capacitar a los choferes con temas de atención al cliente para cumplir con los gustos y preferencias.				
	Ofrecer un buen servicio de calidad para atraer nuevos clientes y generar ingresos.				
Controlar las cantidad de clientes fijos que requieren el servicio mensualmente.	Ejecutar reuniones mensuales para implementar mecanismos de control (base de datos) de usuarios que requieren del servicio.	Registrar los datos con otros meses para la verificación de la variación de los meses.	Gerente - Junta de accionistas	1 mes	700
Establecer alianzas mediante la adquisición de repuesto automotrices para reparaciones de los vehículos de la compañía.	Ejecutar alianzas con almacenes y casas de repuestos automotrices.	Coordinar reuniones para la socialización de alianzas con almacenes de repuestos.	Secretaria	1 mes	

Respetar las resoluciones gubernamentales cumpliendo sus normas para el aseguramiento de la permanencia de la compañía en el mercado laboral.	Cumplir con las normas y reglamentos gubernamentales para la correcta gestión de la compañía.	Verificar que los documentos de la compañía estén en regla y al día	Gerente - Presidente	1 mes	320
					5830

Fuente: Compañía de taxis Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

3.4.3.6. Proceso Administrativo

El proceso administrativo es un instrumento que ayuda a desarrollar las actividades de la compañía con el único fin de cumplir con los objetivos por medio de planeación, organización, dirección y control, además beneficiarse de los recursos humanos, tecnológicos y materiales que posee la compañía.

3.4.3.6.1. Planeación

La planeación es la primera norma que ejecutar previo a la realización de las actividades de la compañía, con todos quienes lo conforman para la verificación de lo que se desea lograr, que se va hacer, quien, y cuando lo va hacer, de todo esto dependerá de la gestión y las frecuencias de los deberes a ejecutar. Acciones a realizar.

- ❖ Socializar con todos los que conforman la compañía los objetivos empresariales para para alcanzarlos en un periodo establecido.
- ❖ Establecer las labores a desarrollar en cada acción que contribuyan a la obtención de los objetivos.
- ❖ Establecer las estrategias con técnicas y métodos.
- ❖ Incorporar los programas y proyectos estableciendo: actividades, tiempo y recursos.

3.4.3.6.2. Organización

En la organización se definen las actividades y deberes de quienes conforman la compañía con relación a la estructura organizacional.

Acciones a realizar:

- ❖ Distribuir al personal en el puesto de trabajo donde mejor se desenvuelva, esto dependerá de sus capacidades y habilidades.
- ❖ Informar a todos los colaboradores los puestos definidos para que tengan conocimiento a quienes dirigirse para reportar y comentar las anomalías que se presenten en la compañía.
- ❖ Proporcionar a cada departamento los recursos necesarios.

3.4.3.6.3. Dirección

En este siguiente proceso se dirige e influye en las actividades que realizan los colaboradores, por lo tanto, es de vital importancia la mediación del liderazgo, motivación y comunicación, estos tres factores interpersonales aportan al cumplimiento de los objetivos de la compañía.

Acciones a realizar:

- ❖ Motivar a los colaboradores por medio de incentivos, recompensas y pagándoles con un sueldo estable por el cumplimiento de sus funciones.
- ❖ Mantener una comunicación laboral aceptable con todos los rangos de la compañía.
- ❖ Proporcionar el sentido de pertinencia y que sean copartícipes de las tomas de decisiones.
- ❖ Capacitar al personal con temas relacionados a funciones y deberes.

3.4.3.6.4. Control

En este último proceso se evalúa el desarrollo de la compañía, para verificar los resultados obtenidos con los planificados y de esta forma compararlos para fortalecer los puntos frágiles y optar por alternativas de solución para lograr los objetivos.

Acciones a realizar:

- ❖ Evaluar el cumplimiento de las actividades de todos los colaboradores
- ❖ Analizar y comparar los resultados obtenidos con los planificados
- ❖ Comunicar a todos los involucrados de las situaciones presentadas.
- ❖ Proponer acciones preventivas en caso que se presenten anomalías o retrasos.

3.4.3.7.Presupuesto

3.4.3.7.1. Recursos Humanos

Tabla 33 Recursos Humanos

Cargo	Cantidad	Sueldo
Junta de accionistas	21	210
Presidente	1	375
Comisario	1	275
Gerente General	1	550
Secretaria	1	300
Jefe de Contabilidad y Finanzas	1	500
Total	26	2210

Fuente: Compañía de taxis Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

3.4.3.7.2. Recursos materiales

Tabla 34 Recursos Materiales

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Materiales de oficina			
Escritorio	2	75	150
sillas de oficina	2	50	100
Sillas de espera	2	15	30
Suministro de oficina	1	70	70
Archivadores	2	100	200
Total			550

Fuente: Compañía de taxis Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

3.4.3.7.3. Recursos Tecnológicos

Tabla 35 Recursos Tecnológicos

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
laptops	2	550	1100
Impresoras	1	300	300
Scanner	1	400	400
Plan Internet	1	40	40
Total			1840

Fuente: Compañía de taxis Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

ez

3.4.3.7.4. Imagen Corporativa

Tabla 36 Imagen Corporativa

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Camisetas	21	10	210
Pantalones	21	20	420
Total			630

Fuente: Compañía de taxis Transolocomsa S.A.

Elaborado por: John Granados Rodríguez

3.4.3.7.5. Capacitaciones

Tabla 37 Capacitaciones

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Proceso Administrativo	1	200	200
Gestión Administrativa	1	200	200
Atención al cliente	1	200	200
Total			600

Fuente: Compañía de taxis Transolocomsa S.A.

Elaborado por: Granados Rodríguez John

3.4.3.7.6. Presupuesto total

Tabla 38 Presupuesto Total

Descripción	Costo Total
Recursos Humanos	2210
Recursos Materiales	550
Recursos Tecnológicos	1840
Imagen Corporativa	630
Capacitaciones	600
Total	5830

Fuente: Compañía de taxis Transolocomsa S.A.

Elaborado por: Granados Rodríguez John

CONCLUSIONES

- ❖ Se estableció que por medio de los resultados se debe fortalecer la gestión administrativa de la compañía de taxis Transolocomsa S.A. por medio de un plan estratégico acorde a las actividades que ofrece la empresa para satisfacer los gustos y preferencias de los clientes.
- ❖ Mediante las técnicas de investigación se comprobó que tiene varias falencias la gestión administrativa de la compañía entre ellas esta: filosofía organizacional, FODA, además una inestable estructura organizacional, capacitaciones para el personal debido a la falta de conocimientos administrativos.
- ❖ Se decretó que la compañía carece de estrategias que ayuden al desenvolvimiento de las gestiones ante esta situación se planteó como principales elaborar estrategias detalladas en la propuesta de este trabajo de investigación.

RECOMENDACIONES

- ❖ Es de gran importancia que los socios y dirigentes de la compañía de taxis Transolocomsa S.A. implementen un plan estratégico propuesto en este trabajo de investigación, el cual proporciona un direccionamiento estratégico acordes al desempeño de sus actividades y el servicio que ofrece.
- ❖ Se recomienda a las directivos y socios diagnosticar el direccionamiento estratégico establecido por el autor de la investigación entre ellos: FODA, estructura organizacional y las capacitaciones que se pueden ofrecer al personal y de esta manera socializarlos y prepararlos para que la compañía realice sus actividades de manera eficaz y efectiva.
- ❖ Se recomienda aplicar las estrategias presentadas a corto y largo plazo para mejorar el desenvolvimiento de las gestiones a nivel interno y externo, con la finalidad que ña compañía junto con todo el personal que lo conforman puedan brindar un servicio que cumpla con los gustos y preferencias de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Aljure, S. A. (2015). *El Plan Estratégico de Comunicación : Método y Recomendaciones Prácticas para su elaboración (1ra ed.)*. Barcelona: Editorial UOC.
- Alles, M. (2016). *Dirección estratégica de recursos humanos : Gestión por competencias. vol. 1 (3a. ed.)*. Argentina: Ediciones Granica .
- Arenal, C. (2017). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. San Millán: Editorial TUTOR FORMACIÒN.
- Ballina, B. F. (2018). *Marketing Turístico Aplicado*. Madrid: Esic Editorial.
- Banco Mundial . (2018). *Transporte*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/transport/overview>
- Blandez, R. M. (2014). *Proceso Administrativo*. Mexico: Editorial Digital UNID.
- Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). *Planeación estratégica*. Sao Pablo: McGraw-Hill interamericana.
- Fernández, L. F. (2017). *Apoyo administrativo a la gestión de recursos humanos . San Millán : Editorial Tutor Formaciòn .*
- Fresno, C. C. (2017). *La formación de valores: reto del siglo XXI*. Cuba: Editorial Universitaria.
- Garcia, C. (2019). *El Proyecto de Vida. Vía Para el Desarrollo Profesional del Estudiante Universitario*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Garcia, J. C. (2014). *Fundamentos de Marketing Educativo*. Madrid: Wolters Kluwer España.
- Garcia, P. F. (2017). *Descubriendo Las Áreas Ciegas De La Alta Dirección Empresarial*. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Gasalla, J. M. (2015). *La Dirección de Personas . Barcelona : Editorial UOC*.
- Gilli, J. J. (2017). *Claves de la estructura organizativa*. Argentina: Ediciones Granica.
- Gilli, J. J. (2017). *Claves de la Estructura Organizativa (1a ed.)*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- González, A. C. (2015). *Proceso administrativo*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Gutiérrez, P. D. (2017). *Planificación Estratégica para la Compañía de Taxi*. Loja: repositorio universidad de loja.

- Hernández, Z. T. (2014). *Administración estratégica*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Hernández, Z. T. (2014). *Administración estratégica*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Huaman, L., & Rios, V. (2015). *Metodologías Para Implantar la Estrategia: Diseño Organizacional de la Empresa (2a. ed.)*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Izquierdo, C. F., Salah, A. M., & Verdú, B. F. (2018). *Gestión Administrativa del Proceso Comercial. (1era ed)*. Malaga: IC Editorial.
- Luna, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Mexico: Grupo Editorial Patria .
- Macías, A. (2017). *DISEÑO ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN*. Santa Elena: repositorio upse.
- Macías, A. (2017). *DISEÑO ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN*. Santa Elena: Repositorio upse.
- Macías, B. A. (2017). *DISEÑO ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN*. Santa Elena: Repositorio upse.
- Piattini, V. M. (2015). *Auditoría de tecnologías y sistemas de información*. Madrid: RA-MA Editorial.
- Prieto, J. (2014). *Gerencia del servicio : La clave para ganar todos (3a. ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Rodriguez, E. (2016). *Planificación estratégica. Fundamentos y herramientas de actuación. (1era ed.)*. Argentina : Editorial Brujas .
- Rojas, M., & Medina, L. (2011). *Planeación estratégica: fundamentos y casos*. Colombia: Adriana Gutierrez.
- Rubio, T. (2016). *Recursos humanos : Dirección y gestión de personas en las organizaciones*. Barcelona : Ediciones OCTAEDRO, S.L.
- Sainz, J. M. (2018). *El plan estratégico en la practica*. Madrid: Esic Editorial.
- Sánchez, D. M. (2014). *Administración I*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Sánchez, M. (2015). *Administración (2da ed.)*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Tigrero, T. G. (2013). *PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA EN TAXI*. Santa elena: Repositorio upse. Recuperado el 10 de 09 de 2019, de file:///C:/Users/SERVIDOR%20PC/Desktop/PLAN%20ESTRATÉGICO%20PARA%20LA%20COMPAÑÍA%20EN%20TAXI%20CONVENCIO

NAL%20PUERTOSAN%20S.A%20DEL%20CANTÓN%20SALINAS,%
20PROVINCIA%20DE%20SANTA%20ELENA.pdf

Tomalá, P. R. (2019). *PLAN ESTRATÉGICO Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN DE LA*. Santa Elena: Repositorio.

Torres, Z. (2014). *Administración estratégica*. Mexico: Grupo Editorial Patria .

ANEXOS

Matriz de Consistencia

ANEXO 1 Matriz de Consistencia

Tema	Objetivos	Problema	Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
<p>PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS “TRANSOLOCOMSA S.A” DE LA COMUNA SINCHAL PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2018</p>	<p>Diseñar un plan estratégico para la compañía de taxis Transolocomsa S.A mediante un diagnostico situacional externo e interno de la empresa lo cual permitirá crear estrategias para el direccionamiento de la gestión administrativa.</p> <p>Tareas Científicas.</p> <p>Aplicar instrumentos metodológicos que permitan el levantamiento de información para el diagnóstico actual de la compañía de taxis “Transolocomsa S.A”</p>	<p>¿Cómo afecta la inexistencia de un plan estratégico en la gestión administrativa de la compañía de taxis Transolocomsa S.A.?</p> <p>SISTEMATIZACIÓN</p> <p>¿Qué técnicas se implementarán para la evaluación actual de la compañía de taxis Transolocomsa S.A.?</p> <p>¿Cuáles serán las estrategias necesarias que debería utilizar para direccionar la gestión de la compañía de taxis Transolocomsa?</p> <p>¿Cómo lograra la compañía de taxis Transolocomsa tener un</p>	<p>Plan Estratégico</p>	<p>Planificación Estratégica</p> <p>Diagnostico Situacional</p> <p>Implementación de estrategias</p>	<p>Visión</p> <p>Misión</p> <p>Objetivos</p> <p>FODA</p> <p>Matriz estratégica</p> <p>Estructura organizacional</p> <p>Estrategias empresariales</p> <p>Plan de Acción</p>	<p>¿Conoce Ud. las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la compañía?</p> <p>¿Conoce Ud. si la compañía tiene identificado su competencia?</p> <p>¿Dispone la compañía con programas y proyectos estratégicos dentro de sus actividades?</p> <p>¿Conoce Ud. la misión, visión, objetivos y valores corporativos de la compañía?</p> <p>¿Cuenta la compañía con una estructura organizacional?</p> <p>¿Cuenta la compañía de una planificación formal para realizar las actividades?</p>	<p>ENCUESTAS</p> <p>ENTREVISTAS</p>

	<p>Identificar las estrategias relevantes de la compañía con la finalidad de direccionar el desarrollo de la empresa.</p> <p>Analizar las herramientas y técnicas aplicadas actualmente en la administración de la compañía de taxis “Transolocomsa S.A”</p> <p>Proponer un plan estratégico para el direccionamiento de la gestión administrativa de la compañía de transporte de taxi “Transolocomsa S.A” de la Comuna Sinchal, Provincia de Santa Elena año 2018.</p>	<p>buen funcionamiento administrativo?</p> <p>¿Un plan estratégico es lo que necesitara la compañía de taxis Transolocomsa para direccionar los procesos administrativos?</p>	<p>Gestión administrativa</p>	<p>Proceso Administrativo</p> <p>Recursos</p> <p>Actividad de Transporte</p>	<p>Planeación</p> <p>Organización</p> <p>Dirección</p> <p>Control</p> <p>Materiales humanos</p> <p>Tecnológico</p> <p>Servicio</p>	<p>¿Ha recibido capacitaciones de parte de la compañía en cuestión de sus responsabilidades?</p> <p>¿Existe un ambiente agradable entre directivos – socios?</p> <p>¿Cree usted que los directivos han realizado una buena labor en la compañía?</p> <p>¿Cuenta la compañía con un control (base de datos) de los usuarios que prestan sus servicios?</p> <p>¿Cree Ud. que los recursos tecnológicos con lo que cuenta la compañía son suficientes para ofrecer un buen servicio?</p> <p>¿Cree Ud. que el servicio que ofrece la compañía es recomendable para estar en el mercado?</p>	
--	--	---	-------------------------------	--	--	---	--

ANEXO 2 Encuestas Socios



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ENCUESTA A SOCIOS DE LA COMPAÑÍA TRANSOLOCOMSA S.A.

Tema: Plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la compañía de taxis “Transolocomsa S.A” de la comuna Sinchal, provincia de Santa Elena, año 2018.

Objetivo: Diseñar un plan estratégico para la compañía de taxis Transolocomsa S.A mediante un diagnostico situacional externo e interno de la empresa lo cual permitirá crear estrategias para el direccionamiento de la gestión administrativa.

Datos del encuestado

Edad:

Nivel de Instrucción: Básica..... Media..... Superior....

Marque la opción de su preferencia de acuerdo la siguiente escala:

1	2	3	4	5
DEFINITIVAMENTE NO	PROBABLEMENTE NO	INDECISO	PROBABLEMENTE SI	DEFINITIVAMENTE SI

N°	ASPECTOS					
V. I. Plan Estratégico		1	2	3	4	5
Direccionamiento Estratégico						
1	¿Conoce Ud. la misión, visión, objetivos y valores corporativos de la compañía?					
2	¿Cuenta la compañía con un plan estratégico que mejore la realización de sus actividades?					
Análisis Situacional						
3	¿Cuenta la compañía con una estructura organizacional?					

4	¿Conoce Ud. las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la compañía?					
5	¿Conoce Ud. si la compañía tiene identificado su competencia?					
Implementación de estrategias						
6	¿Dispone la compañía con programas y proyectos estratégicos dentro de sus actividades?					
Variable Dependiente: Gestión Administrativa						
Servicio						
7	¿Considera Ud. que el servicio que ofrece la compañía es recomendable para estar en el mercado?					
Recursos						
8	¿Considera Ud. que los recursos tecnológicos con lo que cuenta la compañía son suficientes para ofrecer un buen servicio?					
Proceso administrativo						
9	¿Cuenta la compañía de una planificación formal para realizar las actividades?					
10	¿Ha recibido capacitaciones de parte de la compañía en cuestión de sus responsabilidades?					
11	¿Existe un ambiente agradable entre directivos – socios?					
12	¿Cuenta la compañía con un control (base de datos) de los usuarios que prestan sus servicios?					
13	¿Considera usted que los directivos han realizado una buena labor en la compañía?					

Gracias por su colaboración.

ANEXO 3 Encuestas Clientes



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ENCUESTA A CLIENTES DE LA COMPAÑÍA TRANSOLOCOMSA S.A.

Tema: Plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la compañía de taxis “Transolocomsa S.A” de la comuna Sinchal, provincia de Santa Elena, año 2018.

Objetivo: Diseñar un plan estratégico para la compañía de taxis Transolocomsa S.A mediante un diagnostico situacional externo e interno de la empresa lo cual permitirá crear estrategias para el direccionamiento de la gestión administrativa.

Datos Generales:

Edad:

Nº	Rango	Edad
1	15 - 24	
2	25 - 34	
3	35 - 44	
4	45 - 54	
5	55 en adelante	

Genero	M _____ F _____
Nivel de Instrucción	Básica _____ Media _____ Superior _____

Instrucción: marque con una X según su respuesta:

1	2	3	4	5
TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	INDIFERENTE	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO

Nº	ASPECTOS	1	2	3	4	5
V. I. Plan Estratégico						
Direccionamiento Estratégico						
1	¿los valores corporativos se difunden en los medios de transporte de la compañía?					

2	¿Cree Ud. Que la compañía Transolocomsa S.A necesita de un plan estratégico que ayude a mejorar su gestión?					
Análisis Situacional						
3	¿Considera Ud. Que el trato que brindan los choferes es el adecuado?					
4	¿los choferes de la compañía muestran ser éticos en su trabajo?					
Implementación de estrategias						
5	¿Existen preferencias de parte de los choferes por ser usuario(a) constante de la compañía?					
Variable Dependiente: Gestión Administrativa						
Servicio						
6	¿Cree Ud. que el servicio que ofrece la compañía cumple sus expectativas?					
7	Ud. Se siente satisfecho(a) por el servicio que brinda la compañía?					
Recursos						
8	¿Esta Ud., de acuerdo con la tarifa que el cobran los taxistas ?					
9	¿ se siente Ud. Seguro durante recorrido hacia su destino?					
Proceso administrativo						
10	¿considera Ud. Que la compañía debe implementar mecanismos de control para evaluar su satisfacción?					

Gracias por su colaboración.

ANEXO 4 Guía de Entrevista



**UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE
SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



ENCUESTA A DIRECTIVOS DE LA COMPAÑÍA TRANSOLOCOMSA S.A.

Tema: Plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la compañía de taxis “Transolocomsa S.A” de la comuna Sinchal, provincia de Santa Elena, año 2018.

Objetivo: Diseñar un plan estratégico para la compañía de taxis Transolocomsa S.A mediante un diagnostico situacional externo e interno de la empresa lo cual permitirá crear estrategias para el direccionamiento de la gestión administrativa.

1. ¿La compañía tiene establecida la filosofía, explique?
2. ¿La compañía tiene establecida los valores y objetivos, explique?
3. ¿Cuál es el FODA de la compañía, explique cada una?
4. ¿Cuáles son los proyectos y programas que se han aplicado en la compañía, para el logro de los objetivos?
5. ¿Cuáles son los principales factores que caracterizan el servicio que ofrece la compañía?
6. ¿Cuenta la compañía con un plan estratégico acorde a sus funciones, en que consiste, explique?
7. ¿Considera Ud. que el plan estratégico mejorara en función a la gestión administrativa?
8. ¿Según su criterio que estrategias se pueden implementar en la planificación para mejorar la gestión administrativa de la compañía?
9. ¿Explique cuál es la gestión administrativa que se aplica en la compañía?
10. ¿Según su percepción, que criterio tienen sus clientes con respectos al servicio que ofrece?

ANEXO 5 Fotos



Centro Artesanal de Barcelona



El paraíso de las artesanías



Encuestando a Productores de limón

ANEXO 6 Carta Aval



CARTA AVAL

En consideración al petitorio presentado por el Sr. Granados Rodríguez John Darlin , portadora de la cédula de identidad No. 0927266627 estudiante de la Carrera de **Ingeniería en Administración de Empresas** de la Universidad Estatal Península de Santa Elena; una vez analizada la propuesta para desarrollar el trabajo de titulación con el tema **"PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS "TRANSOLOCOMSA S.A" DE LA COMUNA SINCHAL, PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2018."**, manifiesto que la solicitud expuesta procede de manera favorecedora, comprometiéndonos a brindar la apertura, apoyo y la información necesaria para el desarrollo de la respectiva gestión de titulación; autorizando a la Universidad Estatal Península de Santa Elena exponer dicho trabajo a la plataforma web de la institución.

Valdivia, 15 de mayo del 2019

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Alfredo Mario Panchana Ángel", written over a faint, illegible stamp.

Lcdo. Alfredo Mario Panchana Ángel

Gerente General

