



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE
DE PASAJEROS EN TAXIS CONVENCIONAL “UNICHOPEN”,
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA
DE SANTA ELENA, 2012 – 2016.**

TESIS DE GRADO

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: EVELIA LISSETTE PANCHANA VERA.

TUTOR: Lcdo. EDUARDO PICO GUTIÉRREZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2012

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE
DE PASAJEROS EN TAXIS CONVENCIONAL “UNICHOPEN”,
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA
DE SANTA ELENA, 2012 – 2016.**

TESIS DE GRADO

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: EVELIA LISSETTE PANCHANA VERA.

TUTOR: Lcdo. EDUARDO PICO GUTIÉRREZ, MSc.

UPSE

LA LIBERTAD – ECUADOR

2012

La Libertad, Miércoles 23 de Mayo del 2012.

APROBACIÓN DEL TUTOR

En Calidad de Tutor del trabajo de investigación, Plan Estratégico para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional UNICHOPEN “Unión de Choferes Profesionales”, elaborado por la Srta. Evelia Lissette Panchana Vera, egresada de la Escuela de Administración, de la Facultad de Ciencias Administrativas 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 orientado, analizado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

A handwritten signature in black ink, enclosed within a horizontal oval shape. The signature appears to read "Eduardo J. Pico". Below the signature is a solid horizontal line.

MSc. Eduardo Pico Gutiérrez.

TUTOR

CERTIFICADO DE REVISIÓN Y ORTOGRAFÍA**CERTIFICADO**

Yo Jorge Tomalá Rosales, con Título de Literatura y castellano, con cédula de identidad de N° 0901245944, certifico que he revisado detenidamente la Ortografía y Redacción de la Tesis, “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS CONVENCIONAL UNICHOPEN, DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2011” elaborado por la Srta. Evelia Lissette Panchana Vera, egresado de la Carrera de Ingeniería de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar aprobada en su totalidad el trabajo respectivo.

Atentamente



Lcdo. Jorge Tomalá Rosales.

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo cariño y amor, a los seres que más amo, A Dios y a mis padres por ser quienes han estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.

A mis hermanas gracias por estar conmigo y apoyarme siempre, brindando su cariño y conocimiento para superarme y ser mejor cada día.

Srta. Evelia Panchana Vera.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento:

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE). A mi Director de la Carrera de Administración de Empresas, Economista. Pedro Aquino, y el tutor de mi tesis, MSc. Eduardo Pico Gutiérrez, por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a sus conocimientos y experiencia en un marco de confianza, afecto y amistad.

A mis padres y mis hermanas por el apoyo incondicional que me dieron a lo largo de la carrera.

Srta. Evelia Panchana Vera.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CC. ADMINISTRATIVAS

Econ. Pedro Aquino Caiche, MSc.
DIRECTOR DE LA ESCUELA
DE ADMINISTRACIÓN

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.
PROFESOR - TUTOR

Econ. Hermelinda Cochea Tomalá
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

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

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE
DE PASAJEROS EN TAXIS CONVENCIONAL “UNICHOPEN”,
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, 2012 – 2016.**

Autor: Evelia Panchana Vera.

Tutor: Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, Msc.

RESUMEN

El objetivo fundamental de la presente tesis es en diseñar un Plan Estratégico para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, de esta manera tendrá una mejor planificación, coordinación, control y ejecución de las actividades. Se describe la situación conflictos, causas y consecuencias, objetivos de la investigación y justificación. Para elaborar este trabajo como primer punto enfocamos todo lo que corresponde a las actividades que realizan las unidades de transportes de la compañía, en especial al servicio que ofrece a los usuarios, seguido de los aspectos organizativos de la actividad de la compañía entre otros puntos esenciales. Para esta investigación se ha fundamentado en una metodología que ha ayudado a obtener un resultado real, mediante la aplicación de los métodos empíricos: observación, encuesta, entrevista y técnicas estadísticas. La investigación permitió concluir ideas concretas sobre la temática, y recomendar en el Capítulo IV soluciones para el problema tratado. En la presente tesis de grado se describe los aspectos generales de la actividad que realiza la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, tomando en consideración información relevante a la situación actual. Así como los aspectos organizativos que desarrolla la compañía. Para ello se realizó unas encuestas, observaciones y entrevistas realizadas a los accionistas y sus principales representantes. Dando lugar al diseño de una variedad de estrategias enfocadas al desarrollo institucional y mejoramiento del servicio que ofrece a la ciudadanía. Que mediante su correcta aplicación conducirá al fortalecimiento de la compañía en el ámbito administrativo, organizacional, con la aplicación de los objetivos ejecuten la filosofía, misión, visión, valores institucionales estrategias, políticas, cursos de acción, programas, proyectos y planificación operativa para la entidad que busca desarrollar sus áreas funcionales, entre otros puntos esenciales permitiendo el desarrollo y fortalecimiento de la compañía logrando, así un liderazgo positivo en la organización.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	
CONTRAPORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR	II
CERTIFICADO DE REVISIÓN Y ORTOGRAFÍA	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
TRIBUNAL DE GRADO	VI
RESUMEN	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE CUADROS	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVI
ÍNDICE DE ANEXOS	XIII
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	3
TEMA	3
PROBLEMA	3
OBJETIVOS	8
JUSTIFICACIÓN	9
HIPÓTESIS OPERACIONALIZACIÓN	11
CAPÍTULO I	
FUNDAMENTO TEÓRICO	
1.1. Antecedentes del Tema	14
1.2. Plan Estratégico	17
1.2.1. Fundamentación de Planeación Estratégica	17
1.2.2. Qué es Planeación Estratégica	17
1.2.3. Importancia de la Planeación Estratégica	18

1.2.4.	Características de la Planeación Estratégica	19
1.2.5.	Definición del Plan Estratégico.	20
1.2.6.	Para qué sirve el Plan Estratégico.	21
1.2.7.	Modelos del Plan Estratégico.	22
1.2.8.	Elementos del Plan Estratégico.	24
1.2.8.1.	Filosofía	25
1.2.8.2.	Visión	25
1.2.8.3.	Misión	26
1.2.8.4.	Objetivos	27
1.2.8.5.	Valores Corporativos	29
1.2.8.6.	Análisis Situacional F.OD.A.	31
1.2.8.7.	Estrategias	34
1.2.8.8.	Cursos de Acción	36
1.2.8.9.	Políticas	36
1.2.8.10.	Programas	37
1.2.8.11.	Proyectos	38
1.2.8.12.	Procedimientos	39
1.2.8.13.	Seguimiento y Control	41
1.2.8.14.	Planificación Operativa	41
1.3.	Plan Estratégico para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional Unichopen “Unión de Choferes Profesionales”	43
1.3.1.	Concepto de Compañía	43
1.3.2.	Organigrama de la Compañía	44
1.3.3.	Estructura Organizacional de una Compañía	45
1.3.4.	Organización de una Compañía	46
1.3.5.	Ubicación Geográfica	51
1.3.6.	Población Atendida	52
1.3.7.	Actividades de la Compañía	52
1.3.7.1.	Servicio de Transporte Directo	53
1.3.7.2.	Servicio con Central de Radio	53
1.3.8.	Recursos	54

1.3.8.1.	Recurso Económico	54
1.3.8.2.	Recurso Humano	55
1.3.8.3.	Recurso Material	56
1.4.	Marco Legal	58
1.4.1.	Constitución de la Compañía	59
1.4.2.	Reglamento Interno	60
1.4.3.	Permiso de Operación	61

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.	Diseño de la Investigación.	62
2.2 .	Modalidad de la investigación	62
2.3.	Tipos de investigación	64
2.4.	Métodos de la investigación	67
2.5.	Técnicas de investigación	68
2.6.	Instrumentos de la investigación	71
2.7.	Población y muestra	73

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1.	Análisis de resultados de la observación	77
3.2 .	Análisis de resultados de la entrevista	81
3.3.	Análisis de resultados de la encuesta	92
3.4.	Conclusiones	107
3.5.	Recomendaciones	108

CAPÍTULO IV	
PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS CONVENCIONAL UNICHOPEN “UNIÓN DE CHOFERES PROFESIONALES”	108
4.1. Presentación	109
4.2. Estructura Organizacional	111
4.3. Filosofía	112
4.4. Visión	112
4.5. Misión	112
4.6. Objetivos	113
4.7. Principios y Valores Corporativos	114
4.8. Análisis Situacional F.O.D.A	115
4.9. Estrategias	119
4.10 Cursos de Acción	119
4.11 Políticas	121
4.12 Programas	122
4.13 Proyectos	123
4.14. Procedimientos	132
4.15. Planificación Operativa	133
4.16. Seguimiento y Control	138
4.17. Conclusión de la Propuesta	139
4.18 Recomendaciones de la Propuesta	140
BIBLIOGRAFÍA	141
INTERNET	145
ANEXOS	146

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Operacionalización de las variables	12
Cuadro 2. Operacionalización de las Variables	13
Cuadro 4. Matriz DAFO	74
Guía de Observación	
Cuadro 1. Guía de Observación	77
Cuadro 2. Guía de Observación.	78
Cuadro 3. Guía de Observación.	79
Cuadro4. Guía de Observación.	80
Cursos de Acción	
Cuadro 1. Cursos de Acción para la Compañía.	121
Programa	
Cuadro 1. Programa para los Accionistas y Directivos de la Cía.	122
Proyecto	
Cuadro 1. Proyecto para los Accionistas y Directivos de la Cía.	123
Cuadro 1. Presupuesto de los Vehículos para la Cía UNICHOPEN.	124
Cuadro 2. Proyecto para los Accionistas y Directivos de la Cía	125
Cuadro 2. Presupuesto de la Capacitación de los Accionistas de la Cía.	126
Cuadro 3. Proyecto para los Accionistas y Directivos de la Cía.	127
Cuadro 4. Proyecto para los Accionistas y Directivos de la Cía.	128
Cuadro 4. Presupuesto de Obra de la Sede de la Compañía.	129
Cuadro 5. Proyecto para los Empleados de la Cía	130

Cuadro 5. Presupuesto para la Base de Datos de la Cía.	131
--------------------------------------------------------	-----

Procedimiento

Cuadro 1. Procedimiento para la Compañía “Unichopen”	132
------------------------------------------------------	-----

Plan Operativo

Cuadro 1. Plan Operativo para la Compañía “Unichopen”	133
Cuadro 2. Plan Operativo para la Compañía “Unichopen”	134
Cuadro 3. Plan Operativo para la Compañía “Unichopen”	135
Cuadro 4. Plan Operativo para la Compañía “Unichopen”	136
Cuadro 5. Plan Operativo para la Compañía “Unichopen”	137

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
 Entrevista	
Tabla 1. Dispone de un plan estratégico que le facilite su accionar la Cía.	81
Tabla 2. Al realizar un plan estratégico alcanzará el desarrollo de la Cía	82
Tabla 3. La comunicación con los integrantes de la compañía es.	83
Tabla 4. Qué tipos de servicios brinda la compañía a través de su unidad.	84
Tabla 5. La atención al cliente es lo primero en la cultura organizacional	85
Tabla 6. Aplicar estrategias la sociedad conocerá la existencia de la cía.	86
Tabla 7. Qué tipo de estrategias ejecutará para una excelente planificación.	87
Tabla 8. Al desarrollar proyectos de capacitación asumirán riesgos.	88
Tabla 9. Qué tipo de capacitación ha recibido usted, por parte de la Cía.	89
Tabla 10. En qué considera que deben utilizar los recursos de la Cía.	90
Tabla 11. Para qué se diseña un Plan Estratégico en la Compañía.	91
 Encuesta	
Tabla 1. Misión Institucional de la Compañía de Transporte UNICHOPEN.	92
Tabla 2. Los Integrantes de la Compañía aplican valores institucionales.	93
Tabla 3. Matriz FODA de la Compañía de Transporte UNICHOPEN.	94
Tabla 4. La Compañía UNICHOPEN, dispone de estrategias institucionales.	95
Tabla 5. Políticas de la Compañía de Transporte UNICHOPEN.	96
Tabla 6. Proyectos de la Compañía para beneficio de la Institución.	97
Tabla 7. La Compañía UNICHOPEN, cuenta con un plan estratégico.	98
Tabla 8. Control de las actividades de la Compañía UNICHOPEN.	99
Tabla 9. Información completa a los accionistas asuntos de la Cía.	100
Tabla 10. Beneficios y ayuda social para accionistas de la Cía UNICHOPEN.	101
Tabla 11. Requisitos de organización de la Compañía UNICHOPEN.	102

Tabla 12. Alternativas de mejoramiento económico interno de la Compañía.	103
Tabla 13. Servicio que presta la Compañía UNICHOPEN a sus clientes.	104
Tabla 14. Participación de la Cía. UNICHOPEN con los gremios de taxistas.	105
Tabla 15. Relación Interpersonal entre compañeros de la Cía UNICHOPEN.	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Entrevista	
Gráfico 1. Dispone de un plan estratégico que le facilite su accionar la Cía.	81
Gráfico 2. Al realizar un plan estratégico alcanzará el desarrollo de la Cía	82
Gráfico 3. La comunicación con los integrantes de la compañía es.	83
Gráfico 4. Qué tipos de servicios brinda la compañía a través de su unidad.	84
Gráfico 5. La atención al cliente es lo primero en la cultura organizacional	85
Gráfico 6. Aplicar estrategias la sociedad conocerá la existencia de la cía.	86
Gráfico 7. Qué tipo de estrategias ejecutará para una excelente planificación.	87
Gráfico 8. Al desarrollar proyectos de capacitación asumirán riesgos.	88
Gráfico 9. Qué tipo de capacitación ha recibido usted, por parte de la Cía.	89
Gráfico 10. En qué considera que deben utilizar los recursos de la Cía.	90
Gráfico 11. Para qué se diseña un Plan Estratégico en la Compañía.	91
 Encuesta	
Gráfico 1. Misión Institucional de la Compañía de Transporte UNICHOPEN	92
Gráfico 2. Los Integrantes de la Compañía aplican valores institucionales.	93
Gráfico 3. Matriz FODA de la Compañía de Transporte UNICHOPEN.	94
Gráfico 4. La Compañía UNICHOPEN, dispone de estrategias institucionales.	95
Gráfico 5. Políticas de la Compañía de Transporte UNICHOPEN.	96
Gráfico 6. Proyectos de la Compañía para beneficio de la Institución.	97
Gráfico 7. La Compañía UNICHOPEN, cuenta con un plan estratégico.	98
Gráfico 8. Control de las actividades de la Compañía UNICHOPEN.	99
Gráfico 9. Información completa a los accionistas asuntos de la Cía.	100
Gráfico 10. Beneficios y ayuda social para accionistas de la Cía UNICHOPEN.	101
Gráfico 11. Requisitos de organización de la Compañía UNICHOPEN.	102
Gráfico 12. Alternativas de mejoramiento económico interno de la Compañía.	103
Gráfico 13. Servicio que presta la Compañía UNICHOPEN a sus clientes.	104

Gráfico 14. Participación de la Cía. UNICHOPEN con los gremios de taxistas. 105

Gráfico 15. Relación interpersonal entre compañeros de la Cía UNICHOPEN. 106

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexos 1. Instrumentos de Investigación “Guía de Observación”.	147
Anexos 2. Instrumentos de Investigación “Entrevista”.	150
Anexos 3. Instrumentos de Investigación “Encuesta”.	154
Anexos 4. Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.	159
Anexos 5. La Ley de Compañía.	163
Anexos 6. Solicitud dirigida al Gerente de la Cía Unichopen.	169
Anexos 7. Certificado de la Compañía Unichopen.	170
Anexos 8. Memorándum de la Compañía Unichopen.	171
Anexos 9. Memorándum de la Compañía Unichopen.	172
Anexos 10. Entrevista a los Directivos de la Cía Unichopen.	173
Anexos 11. Reunión de todos los Taxista de la Provincia de Santa Elena.	174
Anexos 12. Reunión en la Capital de Quito.	175
Anexos 13. Fiesta de la Compañía UNICHOPEN.	176
Anexos 14. Desfile en la Provincia de Santa Elena.	177

INTRODUCCIÓN

“Movilizarse dentro del Ecuador y sus ciudades es sencillo; sin embargo hay que conocer algunos consejos para llegar de un lugar a otro de la manera más rápida y segura”. El uso del vehículo automotor ha proporcionado una gran libertad de movilidad y comodidad a los seres humanos jamás imaginados. Los autos, los buses, las motos nos traen mucho beneficio y por ende una mejor calidad de vida.

Nuestra propuesta planteada va en busca de dar solución a los problemas que tiene la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, que se dedica a la transportación de pasajeros y encomiendas, el servicio se realiza básicamente dentro del área de la Provincia de Santa Elena y fuera de ella, con la finalidad de dar una atención eficiente y eficaz a los ciudadanos, por lo que es indispensable la elaboración de un plan estratégico.

El Plan estratégico es de gran importancia en toda institución, crea opciones competitivas y convierte a los accionistas en personas satisfechas y productivas, generando, un sentimiento de pertenencia hacia la institución, brindándoles la oportunidad de mejorar su situación económica.

En el primer capítulo mostramos de manera general la conceptualización básica que nos sirve como, guía irrefutable en la presentación de nuestro proyecto, temas como: Plan Estratégico, son esenciales conjuntamente con dar a conocer la problemática y situación que tiene la Compañía lo que me impulso a crear alternativas viables en razón de convertirlas en un ente productivo. Se inicia con el marco contextual de la investigación que se detalla el problema, describe la situación conflictos, causas y consecuencias, formulación, objetivos de la investigación, justificación del tema, hipótesis y operacionalización de las variables que resaltan la importancia del trabajo.

Siguiendo el esquema del planteamiento, en el segundo capítulo observaremos la metodología de investigación utilizada, las herramientas, como: la población, muestra, encuesta, observación de campo y entrevista a las personas inmersas en el estudio nos muestran el diagnóstico general de la institución saber qué, cómo, cuándo y dónde afecta los problemas es muy fundamental.

En el Tercer Capítulo Corresponde al análisis e interpretación de resultado, con una exposición de la información recogida en la investigación de campo, se realizó las respectivas tabulaciones y análisis de los resultados de tal estudio como: las observaciones, encuestas, entrevista que se obtuvieron a través de parámetros de medición porcentual en gráficos estadísticos, que nos demuestran los resultados obtenidos, en donde la información que se obtuvo fue de gran importancia para justificar la realización del tema de estudio.

Finalmente el cuarto capítulo, refleja la propuesta acerca del Plan Estratégico a implantar en la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, para el período 2012-2016, cuyo propósito fundamental constituye un medio para establecer a la compañía, sus, planes de acción, programas, proyectos, planes operativos y asignación de recursos, trabajando con eficiencia y eficacia la planificación estratégica, haciendo el seguimiento respectivo al esquema fundamental como plan establecido.

Esto permitirá a la compañía organizarse, así mismo se oriente en las actividades a realizar, para construir y aumentar potencialidad de capacidad, conocimientos en el desarrollo y ejecución de las actividades a realizar y en la toma de decisiones apropiadas, oportuna, se obtendrá el cumplimiento de los fines para lo cual fue creada, esto dará satisfacción a los accionistas, colaboradores, directivos brindándoles confianza, seguridad y estabilidad económica en su entorno en un corto plazo.

MARCO CONTEXTUAL

1. TEMA

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS CONVENCIONAL “UNICHOPEN” DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2012 – 2016.

2. PROBLEMA

2.1. Planteamiento del Problema

La Provincia de Santa Elena tiene una extensión de 3.762,8 km², distribuidas en sus tres cantones: el más grande es Santa Elena con 3.668,90 km², el cantón Salinas con 68,7 km² de extensión y el Cantón de La Libertad. Es el único cantón totalmente urbano del Ecuador, (el Cantón está formado por una única ciudad que ocupa la totalidad del territorio). Es el corazón comercial de la Provincia.

La Libertad se destaca entre los 3 cantones que conforman la Provincia de Santa Elena, por ser un cantón eminentemente comercial, otros hacen su lugar de residencia, porque ven un futuro económico en esta zona peninsular.

La idea de formar esta compañía nace en el año 2007, cuando un grupo de personas iniciaron la búsqueda de abrir nuevos caminos que permitan, mejorar las condiciones de vida de aquellos choferes que practican su profesión, realizando una convocatoria a todos los habitantes de los distintos sectores de la actual Provincia de Santa Elena, para que se unan y conformen una parte de la Compañía de Transporte de Taxis. Logrando su fundación el 28 de Febrero del 2007.

Los choferes profesionales de los diferentes sectores de la Provincia de Santa Elena, optaron por inscribirse en la Compañía, entregando la respectiva documentación para cumplir con sus deberes de formar parte de la Compañía y ser reconocida por los peninsulares.

La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, que significa Unión de Choferes Peninsulares y su instalación de la sede está ubicada en el barrio Brisa de La Libertad y el funcionamiento de la central de radio atrás del Cementerio de La Libertad.

Por ello el método de elegir a los directivos hasta la actualidad es de manera directa. Esta Compañía se dedica a ofrecer un servicio de calidad y seguridad a todos peninsulares y público en general de la Provincia de Santa Elena.

La Compañía actualmente cuenta con 150 accionistas e incluido socias, y las respectivas directivas; fueron electos mediante asamblea ordinaria con fecha de 28 de febrero del 2007, quedando elegidas las dignidades, que se han mantenido en el cargo, quienes forman la Compañía sigue cumpliendo sus objetivos establecidos gracias al apoyo incondicional por parte de los peninsulares.

Los vehículos de todos los que conforman la organización, tienen su respectivo logotipo que identifique a la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, y también el número que representa al vehículo de acuerdo al orden de inscripción de los accionistas.

En sus casi 5 años de funcionamiento la Compañía “UNICHOPEN”, no cuenta con su respectiva visión, misión, objetivos, estrategias, políticas, proyectos, y programas de acción, al desconocer lo que encierra un plan estratégico, el gremio actúa de manera empírica, sin establecer normas que estén sustentadas en las leyes.

La Compañía no cuenta con una filosofía empresarial, por lo que desconoce a donde quieren llegar, por qué fueron creados, y en que se fundamentan los valores que identifican a la organización.

La falta de un plan previamente establecido, hace que no se puedan controlar las actividades que se han propuesto dentro de las reuniones que se han llevado cabo, impidiendo que se pueda evaluar el accionar del Directorio y de los accionistas.

La falta de una debida planificación y programación, hace que la compañía no tenga claro qué metas deben cumplirse para alcanzar los objetivos propuestos.

Debido a que las personas que integran la compañía no cuentan con los conocimientos necesarios para poder elaborar un plan estratégico, porque ellos al solo contar con estudios primarios y secundarios, desconocen cómo se debe llevar una planificación adecuada y de como los beneficiaría en contar con un plan bien establecido.

La falta de interés por el bienestar de los accionistas que conforman la compañía, hace que no se haya acudido a una asesoría para poder gestionar correctamente todos los beneficios a los que les corresponde. Esto ha ocasionado que la compañía no tenga un avance significativo en todos los ámbitos, como renovación de vehículos, seguros, entre otros porque no cuentan con un plan previamente establecido que sirva de guía para un futuro.

De la misma forma la directiva actual trabaja para que la Compañía, tenga más ingresos económicos que aportan los accionistas a través de las diferentes actividades que realizan, por la falta de contar con un plan que reúna las soluciones a los problemas que tiene la misma.

La ejecución del plan estratégico indica que este debe establecer las normas, directrices y demás obligaciones para que la organización alcance lo que desea a corto, mediano y largo plazo. Este es un proceso creativo, orientado a la acción y al logro de los objetivos pre establecido para el desarrollo de la compañía utilizando los medios disponibles.

Es fundamental establecer, conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas. Este plan se deberá plasmar en un documento de consenso donde se concreten las grandes decisiones que nos van a orientar nuestra marcha hacia la gestión eficiente y eficaz, utilizando los recursos disponibles, logrando que se cumplan los objetivos y que al mismo tiempo, que se establezcan los mecanismos de control y evaluación de dichos logros.

Todas las empresas dentro de la Provincia de Santa Elena y fuera de ella diseñan los planes estratégicos ya que les permitirá lograr sus objetivos, metas y hacia a donde quieren llegar, cumpliendo con exactitud todo lo relacionado a los planes y proyectos que van a realizar y alcanzar aquellos objetivos que se han propuesto para así obtener un buen funcionamiento de la misma.

Los accionistas, directivos de la Compañía de Transporte de Taxis tienen aspiraciones de mantenerse en la Provincia de Santa Elena, ofreciendo a los peninsulares un servicio de excelente calidad siendo importante que se ejecute un plan estratégico, que le permita direccionar hacia donde quieren seguir orientándoles de la mejor manera, venciendo los obstáculos que se les presenten pero tomando las estrategias, procedimientos, alternativas adecuadas en sus actividades para así cumplir con lo que se ha propuestos y mejorar la situación de la Compañía que se deberán ajustar a las necesidades que contribuyan al manejo y desarrollo de las actividades o información que realiza la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, Cantón La Libertad.

2.2. Formulación del Problema

¿Cómo incide el Plan Estratégico en la gestión de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena?

2.3. Sistematización del Problema

1. ¿Cuáles son los factores principales para diseñar un plan estratégico dentro de una Compañía?
2. ¿De qué modo la planeación estratégica puede ser alternativa a los problemas de planeación de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” del Cantón La Libertad?
3. ¿Cuál ha sido el comportamiento de los accionistas en la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” del Cantón La Libertad en los últimos años?
4. ¿Cuáles son las formas de participación de los accionistas de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, cuando se fijan sus actividades?
5. ¿Cuáles han sido sus resultados de las actividades que han realizado los accionistas en la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” del Cantón La Libertad?
6. ¿Qué beneficios se obtienen al implementar este plan estratégico?

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivos General

Elaborar un Plan Estratégico considerando, el enfoque participativo que permita la gestión efectiva de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

3.2. Objetivos Específicos:

1. Fundamentar teóricamente los planes estratégicos considerando las diferentes teorías y autores que permitan la familiarización y caracterización del desarrollo del objeto de estudio.
2. Elaborar los instrumentos de investigación en base a la operacionalización de las variables que facilite la recolección de información apropiada.
3. Recopilar información a través de los instrumentos de investigación que permita, el diagnóstico de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.
4. Diagnosticar el desarrollo organizacional, mediante la utilización de métodos y técnicas de recopilación de información que faciliten la elaboración de la propuesta o solución al problema del objeto de estudio.
5. Diseñar un Plan Estratégico considerando el enfoque participativo que permita, el liderazgo de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.

4. JUSTIFICACIÓN

La investigación propuesta busca mediante el análisis de las teorías y de los conceptos básicos esenciales del plan estratégico una misión, visión, objetivos, estrategias y procedimientos entre otros puntos importantes, así obtener el plan estratégico que ayudará el direccionamiento y poder encontrar aquellos problemas que tienen y darle las respectivas soluciones de la situación interna que tiene la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” del Cantón La Libertad.

El desarrollo del presente trabajo permite lograr el cumplimiento de los objetivos del estudio, orientado a las acciones futuras enfocándose a las diferentes técnicas de investigación como: observación, entrevistas, estudios de campo, encuestas, redacción de cuestionarios para plantear interrogantes que nos permitan recolectar información del fenómeno de investigación, que determinará el grado de aceptabilidad de parte de la directiva y los responsables de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

El plan estratégico que tendrá la compañía es original ya que servirá para el direccionamiento estratégico para la misma tomando, las decisiones adecuadas para el buen funcionamiento de sus actividades y el desarrollo de la organización.

El interés que tengo al realizar este plan estratégico, es dar a conocer a los accionistas como, la directiva que conforma la compañía puedan, aplicar el plan estratégico que permitirá llevar un control y seguimientos en el desarrollo de sus actividades, además contendrá la Ley de Compañía, Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, que los accionistas, directivos y colaboradores deben conocer sobre los aspectos legales que contiene la ley de compañía.

Es importante que todos los instrumentos ayuden a tener una información afirmativa y efectiva para analizar los hechos, fenómenos que incurren dentro de la Compañía, obteniendo los datos más relevantes para la elaboración de un plan estratégico. Su resultado servirá para definir las normas, estrategias, objetivos, políticas y reglamentos internos sobre la Compañía.

El aporte científico del tema para la institución UNICHOPEN, se fundamenta en las directrices, la formulación de estrategias, los cursos de acción que les permitirá, mejorar la gestión a través de los diseños de programas, proyectos que aportarán a la compañía según el autor Fernando D' Alessio manifiesta:

Generar una visión implica entender la naturaleza del negocio en el que esta la organización, fijar un futuro retador para sí misma y tener la capacidad de difundirla, para que siga de guía y motivación en la búsqueda del establecimiento de la visión de la organización.

La misión debe reflejar los valores de la organización y ser coherente con ellos, constituyen guías de acción, base de comunicación y toma de decisiones en la asignación de recursos y solución de problemas en las actividades y de las personas. Los objetivos son los resultados finales de la actividad planificada y deben decir lo que se logrará en un tiempo claramente predeterminado.

También es necesario que la directiva junto con los respectivos accionistas se involucren y se motiven mucho en salir adelante en su Compañía, y que se ayuden mutuamente en las actividades, que quieren lograr alcanzarlo y cumplir con éxito lo que se han propuesto, ya que ellos serán beneficiados al implementar el plan estratégico en esta Compañía. Es fundamental para el desarrollo de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional "UNICHOPEN", deberá aplicar y mejorar la calidad de vida de los accionistas y contribuir al desarrollo económico de nuestra Provincia.

5. HIPÓTESIS Y OPERACIONALIZACIÓN

5.1. Hipótesis

El Plan Estratégico con enfoque participativo, permitirá la gestión efectiva para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE Y VARIABLES DEPENDIENTES

El tema de trabajo de Titulación es:

EL PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS CONVENCIONAL “UNICHOPEN”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA.

Variable Independiente: Elaborar un Plan Estratégico.

Variable Dependiente: Gestión efectiva para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, Cantón La Libertad.

CUADRO 1.

5.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
<p>Variable Independiente</p> <p>Plan Estratégico con enfoque participativo.</p>	<p>Es un documento que permitirá, el direccionamiento eficaz de las actividades, los responsables de una organización, reflejarán cual será la estrategia a seguir en una Compañía.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ejes Estratégicos. • Análisis de la Situación Actual. • Valores Corporativos. • Direccionamiento Estratégico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Metas. • Determinar las Áreas de aplicación. • Seguimiento del Proceso. • Niveles de Acciones. • Análisis FODA. • Elección de Factores. • Estratégicos. • Desarrollo • Responsabilidad. • Puntualidad. • Visión y Misión. • Objetivos. • Estrategias. • Política, Planes de Acción. • Proyectos, • Programas. 	<p>¿Qué beneficios aporta un plan estratégico dentro de una organización?</p> <p>¿Cree usted que es necesario un plan estratégico dentro de una organización?</p> <p>¿Sabe usted si la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional cuenta con una matriz Foda?</p> <p>¿Cómo socio activo cumplen con las obligaciones contraídas al ser parte de una compañía?</p> <p>¿La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional cuenta con una misión institucional?</p> <p>¿Realiza proyectos la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional para el bien de la institución?</p>

Fuente: Matriz de Operacionalización de las Variables. Paredes Garcés Wilson y Paredes de la Cruz Nataly (2011). Pág., # 25

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Cuadro 2.
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
<p>Variable Dependiente</p> <p>Gestión eficiente y eficaz de las actividades, para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, Cantón La Libertad.</p>	<p>Es aquella sociedad o reuniones de varias personas, cuyo principal objetivo radica en la obtención de utilidades y la prestación del servicio a la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución de una Compañía. • Estructura Legal. • Actividades de la Compañía. • Recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura Organizacional. • División y Distribución de Funciones. • Formas Legales de una Compañía. • Reglamentos. • Prestación de servicio directo. • Servicio con Central de Radio. • Humano. • Económico. • Material. 	<p>¿De qué forma está estructurada una compañía de Transporte de Taxis actualmente?</p> <p>¿Tiene usted conocimiento de las funciones de la directiva de la compañía?</p> <p>¿La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional cumple con los requisitos de entidad debidamente organizada ante los organismos nacionales?</p> <p>¿El servicio que presta la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional a los clientes es satisfactorio?</p> <p>¿La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional busca alternativas de mejoramiento económico interno?</p>

Fuente: Matriz de Operacionalización de las Variables. Paredes Garcés Wilson y Paredes de la Cruz Nataly (2011). Pág., # 25

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

El ser humano posee recursos y habilidades capaces de construir medios que faciliten su desempeño laboral social, económico y cultural que manifiestan una oportunidad para ejecutar funciones en beneficio mutuo.

En las sociedades modernas la conformación de compañía es de gran relevancia, como un mecanismo para dar término a la conformación ilegal de las compañías y con este antecedente tratar de formalizar la constitución de las compañías ya existentes, para que de este modo se puedan mejorar las condiciones de las mismas ya que sí son un aporte económico y fuente de trabajo para la situación actual en que vivimos.

Las compañías sin la conformación jurídica no pueden ejercerse como tal, ya que por la mala constitución surgen problemas personales entre los accionistas, directivos y también estos afectan a la colectividad.

La Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial tiene por objeto 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, lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del país, logrando el bienestar general de los ciudadanos. En la actualidad es necesario contar con herramientas precisas y adecuadas para ser competitivos.

En la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” S.A, nos brindaron la oportunidad para la realización de este proyecto que además permitirá orientarlos y buscar nuevas alternativas acorde a la realidad de su entorno y que cuenten con una entidad que les proporcione, estabilidad e imagen representativa y coherente donde las actividades se enmarquen en una estructura organizativa y funcional en el desarrollo de sus actividades, dando continuos cambios que se producen en este medio.

La exigencia social procura que las acciones sean respaldadas en una organización real y positiva para el mejoramiento de la calidad de servicio, para contribuir al desarrollo de la comunidad.

La única alternativa para el crecimiento es unir fuerzas de personas que contribuyan a sus ideas, pensamientos y conocimientos con políticas de trabajo a un futuro, con el único objetivo engrandecer a la organización de transporte de taxis.

Se pretende establecer e implementar el presente plan estratégico para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” S.A, del Cantón La Libertad, estimulando la cooperación y el esfuerzo de todos los miembros que conforman la Compañía, aplicando un concepto renovado de participación de conocimiento y habilidades, determinando los resultados a lograr por la misma en que condicione se dan y los elementos necesarios con un modelo de misión , visión, filosofía que conlleve a la toma de decisiones para el buen funcionamiento de la compañía.

Siendo precisos sus políticas, reglamentos y procedimientos administrativos, para luego hacer ajustes necesarios y mejorar la imagen de la compañía de Transporte de Taxis, así como la eficiencia y eficacia del personal administrativo de la compañía.

En busca de solución al desafío planteado en la propuesta utilizamos la planeación estratégica determinando los resultados a lograr por la compañía, en qué condiciones se dan y los elementos necesarios para que funcionen eficientemente en sus actividades.

Entonces fijaremos que rumbo a seguir estableciendo una visión compartida entre ellos, a fin de integrarlos en forma inteligente y potenciando al máximo sus fortalezas en la compañía y todos los que conforman la misma, con la finalidad de mejorar dichas actividades que están realizando.

En sí la Ciudadanía tomo en forma positiva la Compañía por lo que esta era necesaria desde tiempo atrás, porque nuestra Provincia de Santa Elena tiene que ir engrandeciendo y contando con los servicios importantes e indispensables que debe tener una ciudad.

Hoy por hoy la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, cuenta con una sede social y un establecimiento de la radio central, localizada en el Cantón La Libertad, está provista de 150 unidades equipadas de acuerdo a las máximas exigencias. La situación real de la compañía ha generado gran cantidad de problemas entre los accionistas de la compañía, por el proceso de legalización, como es de conocimiento de la colectividad es relevante el derecho a asociarse y al trabajo, pero todas estas actividades se deben realizar de acuerdo a las normas establecidas, respetando los derechos de las personas como también entre las diferentes compañías ya existentes.

Es importante señalar que mientras más competencia de servicio haya, es el punto que se basa la conformación de esta compañía, mayor será la voluntad de sus accionistas por mejorar sus servicios y de todos modos es un beneficio para la colectividad de nuestra Provincia de Santa para generar réditos económicos en las familias y en toda la ciudadanía

1.2. PLAN ESTRATÉGICO

1.2.1. FUNDAMENTACIÓN DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

La planeación estratégica ha sido, es y será fundamental para el éxito de toda empresa u organización, estas se enfrentan a diversas incertidumbres y retos en el momento de tomar sus decisiones. Los distintos cambios en nuestra economía nos obligan a adaptarnos y para ellos debemos proveer o adelantarnos al futuro. Según Goodstein, Nolan, Pfeiffer, (2008), considera que:

La mayor parte de las organizaciones realiza cierto tipo de planeación a largo plazo, también llamada estrategia, y su proceso formal se ha utilizado durante más de 30 años, la planeación estratégica debe establecer los criterios para tomar las decisiones organizacionales diarias y suministrar el patrón frente al cual se pueden, evaluar tales decisiones a la vez trata de construir o incrementar la capacidad de administración estratégica, teniendo una visión amplia hasta donde se quiere llegar. (Pág. #135,136).

Considero que la planeación estratégica, se fundamenta en aquellas decisiones que toman los miembros de la organización, permitiendo una planificación eficiente y eficaz lo que espera en un futuro, hacia dónde quiere llegar y a la vez le ayudará a la empresa en tratar de mejorar, aún más en el desarrollo de sus actividades.

1.2.2. QUÉ ES PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

La planificación estratégica tiene dos connotaciones relativamente diferentes; realizar un “mapa” de las probables decisiones futuras de una organización o diseñar una ruta de acción personal para el futuro. En ambos casos nos enfrenta a la incertidumbre de que pasará en el futuro y como actuaremos de manera conveniente para cumplir nuestros propósito fundamentales. Según Mancero M. Humberto, (2006), considera que:

“La planeación estratégica es un proceso que mantiene unido al equipo directivo para traducir la misión, visión y estrategia en resultados tangibles, reduce los conflictos, fomenta la participación y el compromiso a todos los niveles de la organización con los esfuerzos requeridos para hacer realidad el futuro que se desea. (Pág.#15).

La planeación estratégica es un proceso que se inicia con el establecimiento de objetivos organizacionales, define estrategias y políticas para lograr estos objetivos y desarrollando planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines.

Considero que la planeación estratégica es de gran importancia dentro de una organización, porque permite prepararse para enfrentarse a las situaciones en el futuro. Además decide sobre los objetivos, los recursos que serán utilizados, y las políticas que orientarán la adquisición y administración de sus recursos.

1.2.3. IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La planeación estratégica es un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas, desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y obtener los fines buscados, no es la simple aplicación de técnicas cuantitativas, por el contrario exige creatividad, análisis, y un nivel de examen, está relacionada con la toma de decisiones. Según Goodstein, Nolan, (2008), considera que es importante la Planeación Estratégica:

“La planeación estratégica es un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas, desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias, los líderes de la organización liberen la energía de tras de una visión compartida, incrementa la capacidad para implantar el plan estratégico de manera completa y oportuna, ayuda a que la organización desarrolle, organice y utilice una mejor comprensión del entorno en el cual opera”.(Pág.#35,37).

La planificación estratégica es muy importante dentro de una organización para que todas las actividades que se realicen tengan los resultados esperados, Este tipo de planeación consiste en decidir sobre los objetivos de una organización, sobre los recursos que serán utilizados, y las políticas generales que orientarán la adquisición y administración de tales recursos.

Pienso que es importante la planeación estratégica, nos permite obtener buenos resultados en las actividades que se están realizando, con el fin de poder llevar a cabo el desarrollo adecuado de una organización.

1.2.4. CARACTERÍSTICAS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La planeación estratégica presenta las siguientes características dentro de una organización:

1. Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de utilización racional de los recursos.
2. Reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar en el futuro, mas no los elimina.
3. Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten, con las mayores garantías de éxitos.
4. Mantiene una mentalidad futurista teniendo más visión del provenir y un afán de lograr y mejorar las cosas.
5. Condiciona a la empresa al ambiente que lo rodea.
6. Establece un sistema racional para la toma de decisiones, evitando las corazonadas o empirismo.
7. Reduce al mínimo los riesgos y aprovecha al máximo las oportunidades.
8. Las decisiones se basan en hechos y no en emociones.
9. Promueve la eficiencia al eliminar la improvisación.
10. Proporciona los elementos para llevar a cabo el control.

11. Al establecer un esquema o modelo de trabajo (plan), suministra las bases a través de las cuales operará la empresa.
12. Disminuye al mínimo los problemas potenciales y proporciona al administrador magníficos rendimientos de su tiempo y esfuerzos.
13. Permite al ejecutivo evaluar alternativas antes de tomar decisión.

Según mi criterio pienso que las características de la planeación estratégicas, permitirán que dichas estrategias estén acorde a la empresa, a la vez facilitarán la respectiva información apropiada para que en el futuro la empresa crezca eficientemente.

1.2.5. DEFINICIÓN PLAN ESTRATÉGICO

Toda organización diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, esto planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo. Según Martínez D, (2005), considera que:

“El plan estratégico es un excelente ejercicio para trazar las líneas que marcarán el futuro de una organización, es el documento que sintetiza a nivel económico financiero, estratégico, y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa, diseñan planes estos pueden a corto, mediano y largo plazo. Es el proceso por el cual los miembros guías de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo”.(Pág.#125).

Un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente, orientado a las acciones futuras que habrían de ejecutarse en una empresa, utilizando los recursos disponibles, procurando el logro de sus objetivos y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismo de control de dichos logros.

Considero que el Plan Estratégico, permite que los líderes de las empresas ayuden a todas las organizaciones a la toma de decisiones anticipadas a desarrollarse, aún más en su entorno en el cual opera, analizando las alternativas de lenguaje tanto de la organización, como los miembros quienes conforman la misma de tal manera proporcionando la oportunidad de ajustarse en forma constante a los sucesos y acciones que espera en el futuro, permitiendo alcanzar sus objetivos a mediano y largo plazo a través de estrategias.

1.2.6. PARA QUÉ SIRVE EL PLAN ESTRATÉGICO

El Plan Estratégico es una herramienta de gestión empresarial. Toda estrategia, al igual que los objetivos de la empresa, deben estar explicitados y, por tanto, plasmados en soporte escrito. Según Medina Quintana, (2009), considera que:

“La finalidad del Plan Estratégico es definir los objetivos y cuáles son las mejores acciones que deben llevarse a cabo para alcanzar dichos objetivos. De esta manera se facilita la gestión de la organización al hacerla más transparente, asignar políticas concretas a los diversos sectores implicados y permitir la evaluación en función del cumplimiento de las actuaciones especificadas”. (Pág. # 200).

En un Plan Estratégico, se definen los sectores en los que la organización va a centrar la actividad, los límites o cuotas de negocio de cada uno de ellos, y las actuaciones Estratégicas que debieran implementarse para conseguirlo, marcando los objetivos e hitos de actuación.

Estoy convencida que el plan estratégico sirve de ayuda a aquellas organizaciones que no tiene bien definido su misión, visión, objetivos entre otros, con el fin de poder mejorar la empresa y que está a su vez le permita realizar bien sus actividades de manera transparente.

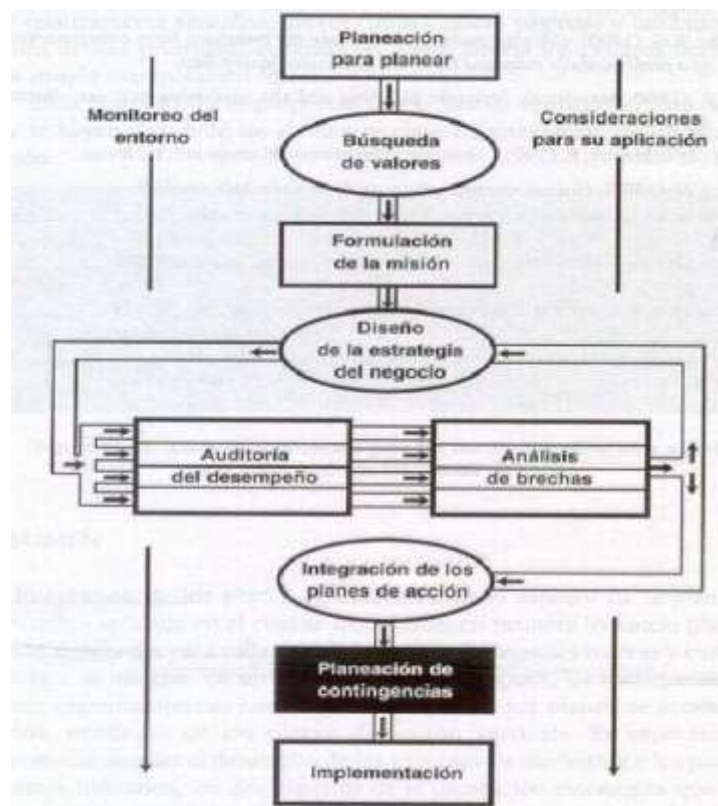
1.2.7. MODELOS DEL PLAN ESTRATÉGICO

1. Modelo de Planeación Estratégica Aplicada.

Es el proceso mediante el cual los miembros guía de una organización prevén el futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para lograrlo.

Nolan J, (2008), manifiesta que:

“Propone un nuevo modelo de planeación estratégica que difiere radicalmente de otros modelos existentes en cuanto a su contenido, énfasis y procesos, integrados para ello las siguientes fases: Planeación, búsqueda de valores, formulación de la misión, diseño de la estrategias de negocio, auditoría del desempeño, análisis de brechas, integración vertical y horizontal de los planes, planeación de contingencias e implementación”. (Pág. # 203).



Fuente: Nolan J, (2008).

Elaborado por: Evelia Panchana Vera

De acuerdo con los autores, este modelo de planeación aplicada tiene las siguientes fases:

Dos funciones continuas:

1. Monitoreo del entorno
2. Consideraciones para su aplicación

Dos aspectos diferenciados en una sola fase:

1. Auditoría del desempeño
2. Análisis de brechas

Establece tres fases diferenciándose de los enfoques comunes:

1. Búsqueda de valores
2. Diseños de la estrategia de negocio
3. Integración de los planes de acción

Según mi criterio el modelo de planeación estratégica aplicada, está enfocado en el futuro en donde los líderes de la organización, buscan alternativas capacidades requeridas para generar y administrar la organización en sus actividades en un futuro.

2. Modelo de Planeación Estratégica Participativa

Todas las instituciones poseen unas estrategias, así sea de manera informal, esporádica o sin estructurar. Según Rosas R, (2007), manifiesta que:

“El esfuerzo para la elaboración de un plan estratégico participativo debe garantizar desde el inicio la voluntad de los actores locales de abrir espacios y participar activamente en el proceso de manera no podrá calificarse de Participativo”. (Pág. # 35).

En su totalidad van hacia algún rumbo, sin embargo algunas no saben hacia dónde. El proceso o modelo puede resumirse en los siguientes pasos:

1. Identificar la misión.
2. Definir la visión de futuro.
3. Realizar investigación externa con el objeto de identificar amenazas y oportunidades ambientales de acuerdo a los factores políticos, económicos, sociales y culturales.
4. Realizar investigación interna con el objeto de identificar fortalezas y debilidades.
5. Llevar a cabo análisis de formulación de estrategias con el objeto de generar y evaluar alternativas factibles.
6. Fijar estrategias
7. Asignar actividades con sus correspondientes: recursos y tiempo.
8. Medir resultados (indicadores de logro)
9. Tomar medidas correctivas del caso.

Tengo la certeza que el modelo de planeación estratégica participativa, permite que las instituciones utilicen efectivamente sus fortalezas con el objeto de aprovecharse de sus oportunidades externas y reducir a un mínimo el impacto de las amenazas, lo cual facilite el alcance de sus objetivos institucionales.

1.2.8. ELEMENTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO

El Plan Estratégico, constituye la carta de navegación, donde debe construirse de manera democrática y participativa, y siempre debe considerarse la necesidad de disponer de ella, además del acceso para todos, no debe haber un solo actor que no conozca la carta fundamental de la organización. Un buen plan estratégico requiere de algunos elementos esenciales que servirán de gran ayuda a las organizaciones son:

1.2.8.1. Filosofía

El plan estratégico es una actitud, una forma de vida; requiere de dedicación para actuar con base en la observación del futuro, y una determinación para planear contante y sistemáticamente como una parte integral de la dirección. Según Nolan J, (2008), manifiesta que es:

“La filosofía de una organización incluye una serie de supuesto acerca de su funcionamiento y la manera como se toman las decisiones. Es un proceso mediante el cual la Alta Dirección vuelca sus sistemas de valores y creencias en ésta, la forma como la van a conducir y la manera de actuar de la organización frente a la sociedad, gobierno y público en general”. (Pág. #235).

La filosofía, cultura y clima organizacional han dejado de ser un elemento adicional o de simple estructura dentro de las organizaciones, así como el ambiente interno y externo de la organización, trascendiendo y evolucionando junto con el medio en que se desenvuelve.

Tengo la convicción de que la filosofía es fundamental tanto para las personas, como las organizaciones porque le permite dar el rumbo en donde quiere llegar la empresa, saber dónde estamos, dónde queremos estar y como haremos para lograrlo.

1.2.8.2. Visión

La visión implica un enfoque a largo plazo basado en una precisa evaluación de la situación actual y futura de la organización. Es plasmar en un documento el sueño o el ideal respecto de dónde la persona o empresa aspira llegar en un período de tiempo determinado debe ser expresada en pocas palabras. Según D´ Alessio, (2008), considera la visión como:

“La mayor parte de los líderes gerenciales han considerado que existen dos pasos decisivos para establecer y mantener una dirección en una organización, declarar la visión de la organización y convertir esta visión en una misión que defina la razón de ser de la organización”. (Pág. #305).

La visión estratégica resume los valores y aspiraciones de la misma en términos muy genéricos, sin hacer planteamientos específicos sobre las estrategias utilizadas para que se hagan realidad.

Pienso que la visión es creada por la personas encargada de dirigir la empresa u organización y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos.

1.2.8.3. Misión

La misión, posee un sentido más amplio de finalidad que va más allá de satisfacción de necesidades de la comunidad en general, buscando contribuir de manera única agregando una fuente distintiva de valor. Según D' Alessio, (2008), considera que la misión es:

“La misión es el impulsador hacia la situación futura deseada, es el catalizador que permite que esta trayectoria de cambio sea alcanzado por la organización, a la vez responde a la interrogante ¿Cuál es nuestro negocio?, y es lo que debe hacer bien para tener el éxito, la misión debe reflejar los valores de la organización y ser coherente con ellos, constituyen guías de acción, base de comunicación y toma de decisiones en la asignación de recursos y solución de problemas en las actividades y de las personas”. (Pág. #302).

Es una declaración explícita del modo en el que la organización piensa cumplir la meta expresada en su visión estratégica.

Implica por tanto una mayor concreción de las orientaciones estratégicas a través de las cuales se va a cumplir la visión. La misión contiene una descripción corta del propósito mayor de la organización, de la razón más amplia que justifique su existencia.

Estimo que la misión dentro de una organización, es hacia dónde quiere llegar en un futuro y que esto ayuda a establecer la personalidad y el carácter de la organización, de tal manera que todos los miembros de la empresa la identifiquen y respeten en cada una de sus acciones.

1.2.8.4. Objetivos

Los objetivos que persigue el plan estratégico son establecer las principales líneas de actuación a seguir en el corto, medio y largo plazo. Según Arizabaleta, (2008), manifiestan que:

“Son los resultados que una organización proyecta lograr mediante el desarrollo de su misión social. Los objetivos dan razón de ser a la empresa, permiten lograr los resultados con su máxima eficiencia, debe ser realizado por los mismos ejecutivos o directivos y sin ningún agente externo que imponga las actividades, pero si con un facilitador que ayude a alinear los objetivos de los interesados”. (Pág. #43).

Los objetivos pueden ser objetivos:

1. Individuales y Colectivos.
2. A corto, mediano y largo plazo.
3. Principales y secundarios.
4. Internos y externos.

5. Verificables o cuantificables.

Son los resultados que se esperan o programan alcanzar en el corto plazo, es decir, en máximo un año. Los objetivos tienen que ser medibles en el tiempo, en unidades monetarias, en porcentajes o en cantidades.

También se clasifican en Generales y Específicos.

Generales. Coadyuvar y asesorar para asegurar el cumplimiento de la misión y visión institucional encausando el talento de las áreas que integran al fenómeno de estudio, con el fin de promover y generar estrategia, así como mejorar procesos institucionales y fortalecer la organización a través de la planeación.

Específicos.- Concretan el objetivo general y usando la misma estructura que se ha utilizado para la elaboración del plan, tenemos los siguientes:

1. Analizar y diagnosticar la situación actual de la organización.
2. Detectar los puntos fuertes y débiles de la misma.
3. Adecuar los planes de estudios a las demandas sociales.
4. Mejorar las relaciones externas y potenciar la imagen del centro.
5. Ofrecer un servicio de alta calidad en la asesoría y seguimiento de la obtención de fondos para la investigación realizada por los distintos centros de investigación.

6. Establecer y aplicar el programa de seguimiento para vigilar el cumplimiento de las metas y proponer las medidas pertinentes para corregir desviaciones posibles.
7. Atender las necesidades, fortalezas y capacidades de las poblaciones vulnerables.

Los objetivos que persigue el plan estratégico son establecer las principales líneas de actuación a seguir en el corto, medio y largo plazo, debe ser realizado por los mismos ejecutivos o directivos y sin ningún agente externo que imponga las actividades, pero si con un facilitador que ayude a alinear los objetivos.

Tengo la seguridad de que los objetivos reflejan lo que quiere la empresa en un futuro, dando así buenos resultados esto dependerá la empresa que objetivos va aplicar y que esté acorde a la organización de tal manera que el objetivo general define las líneas maestras de las actividades de la organización

1.2.8.5. Valores

Los valores de unidad cultura de una organización y las prioridades y proporcionar un marco en el que se toman las decisiones. Según D' Alessio, (2008), manifiesta que:

“Son principios o puntales con el cual se caracteriza la institución y fortalece la misión y visión. Generalmente se deben elaborar los valores corporativos con la participación de cada uno de los miembros, debe ser un trabajo de equipo, para evitar que queden como simples enunciados y no cumplan los objetivos propuestos. Los valores en una organización se definen como la personalidad de la misma, la forma como se comportará y como vivirá; son en sí parte del espíritu de la organización”. (Pág. #369).

Entre los valores que más utilizan las instituciones son:

- a) **COMPROMISO**, estar permanentemente dispuestos a dar lo mejor de cada uno de nosotros, participando activamente con la organización.

- b) **SERVICIO**, responder de manera oportuna a las necesidades de los clientes propiciando una acción continua y duradera.

- c) **CALIDAD**, realizar bien las cosas y a tiempo para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

- d) **HONESTIDAD**, el trato ético y profesional hacia los clientes y el trato con los compañeros para decir las cosas tal modo son.

- e) **DESARROLLO**, fomentar el interés por la preparación y actualización personal y promover el desarrollo de nuestros colaboradores intermediarios.

- f) **RESPECTO**, valorar a las personas que colaboran con nosotros y brindarles un trato justo a todos.

Estoy plenamente segura que los valores son esenciales en la empresa porque permitirá que el personal conozca a fondo la cultura, la responsabilidad que tienen con la empresa entre otros valores para el bienestar de todo lo que conforman la empresa.

1.2.8.6. ANÁLISIS SITUACIONAL: FODA

La Matriz FODA, es una estructura conceptual para un análisis sistemático que facilita la adecuación de las amenazas y oportunidades externas con las fortalezas y debilidades internas de una organización. Según MAPCAL, (2009), considera al Foda como:

“Es un método que tiene por objeto examinar el Macroambiente (Medio Externo) y Microambiente (Medio Interno) Empresarial, a fin de construir una matriz que permita proponer los objetivos estratégicos y metas estratégicas de la empresa para alcanzar la visión”. (Pág. #47).

Cada una de estas siglas tiene un objetivo que ayuda a las organizaciones a descubrir las falencias que poseen para plantear soluciones para bien de ellos. Esta matriz es ideal para enfrentar factores internos y externos, con el objetivo de generar diferentes opciones estratégicas. Es un dispositivo para determinar los factores que pueden favorecer (fortalezas y oportunidades) y obstaculizar (debilidades y amenazas) el logro objetivos organizacionales”. Los elementos a considerar del Foda son los siguientes:

1.2.8.6.1. Fortalezas

Son recursos que se controlan, capacidades especiales y habilidades con que cuenta una empresa y tiene una posición privilegiada frente a sus competidores. Según Lambin Jean, (2008), considera que la fortaleza es:

“Las fortalezas van a servir de fundamentos a las estrategias básicas escogida y determinan el tipo de ventaja competitiva que se posee en relación a los competidores prioritarios. Son aquellas características propias de la empresa, que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos organizacionales.”. (Pág. #280).

Representan los principales puntos a favor con los que cuenta la empresa o institución en cuatro amplias categorías: Potencial humano, Capacidad de proceso (lo que incluye equipos, edificios y sistemas), Productos y servicios, y Recursos financieros.

Pienso que las fortalezas son aquellas principales ventajas, capacidades, habilidades, destrezas, recursos en el cual tiene una organización en el que se apoya para llegar a concretar la visión.

1.2.8.6.2. Oportunidades

Factores que resultan positivos y aprovechables que suceden en el entorno de la organización y que permiten obtener ventajas competitivas. Según Invesca, (2006), manifiesta que:

“Son aquellas situaciones que se presentan en el entorno de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos organizacionales. Son eventos o circunstancias que se esperan que ocurran o pueden inducirse a que ocurran en el mundo exterior y que podrían tener un impacto positivo en el futuro de la empresa”. (Pág. #10).

Pienso que las oportunidades se dan, a través de las circunstancias externas favorables que la organización a la vez aproveche avanzar hacia la visión esto permitirá que la empresa siga en el camino que se a propuestos llegar.

1.2.8.6.3. Debilidades

Son aquellas características propias de la empresa, que constituyen obstáculos internos al logro de los objetivos organizacionales.

Son las limitaciones relacionadas con el potencial humano, la capacidad del proceso o finanzas, se puede reforzar o tomar estrategias que permitan mejorar la situación. Según Invesca, (2006), manifiesta que son:

“Factores internos que causan una posición desfavorable frente a los competidores. Entre ellos tenemos: recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente. Es la falta de fuerza. Son las limitaciones relacionadas con el potencial humano, la capacidad del proceso o finanzas, se puede reforzar o tomar estrategias que permitan mejorar la situación”. (Pág. #10).

Según mi criterio las debilidades son razones circunstanciales reales en la que percibe la organización y todo los miembros que conforman la misma, en donde ven que no funciona bien aquellas actividades es decir no se orienta hacia la visión y esto hace que los clientes no se sientan satisfechos.

1.2.8.6.4. Amenazas

Son aquellas situaciones que se presentan en el medio ambiente de la empresa y que podrían afectar negativamente, las posibilidades de logro de los objetivos organizacionales. Según Invesca, (2006), considera a la amenaza como:

“Son situaciones que provienen del entorno exterior y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. Son eventos o circunstancias que pueden ocurrir en el mundo exterior y que pudieran tener cierto impacto negativo en el futuro de las empresas; tienden a aparecer en las mismas grandes categorías que las oportunidades”. (Pág. #10).

Considero que la matriz FODA dentro de una empresa es lo fundamental porque permitirá conocer aquellas debilidades, fortalezas, amenazas, oportunidades que la empresa necesitará para mejora y poder dar solución a lo que se enfrentará la empresa en un futuro mediato.

1.2.8.7. ESTRATEGIAS

Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromiso de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Conjunto de decisiones y criterios por los cuales una organización se orienta hacia el logro de sus objetivos. Según Arizabaleta, (2008), considera a la estrategia como:

“La palabra estrategia se aplica hoy a todo tipo de análisis y con muy distintos significados. Para despejar posibles confusiones diremos que la palabra estrategia tiene, entre otras, dos acepciones: la de estratégico como equivalente de lo que es importante hacer para alcanzar un objetivo futuro trascendente y el estratégico como modo de lidiar o cooperar con otro”. (Pág. #59).

La estrategia son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera con el propósito de darle a la organización una dirección unificada. Supone una forma imaginativa de formular objetivos y una manera de solventar las dificultades que las circunstancias y los otros actores sociales presentan para alcanzarlos. Implica un cálculo no bien estructurado y una coordinación entre los medios y los fines, o entre los recursos y los objetivos

Tengo la certeza de que las estrategias son importantes dentro de una organización, porque permiten obtener buenos resultados con las estrategias, la empresa podrá aplicar y esto le dará solución a las necesidades que tengan de esta mejorar y cumplir con los que tiene en mente la empresa.

1.2.8.7.1. Tipos de Estrategias

Álvarez Alfonso, (2007), define algunas alternativas de tipos de estrategias que se detallan a continuación:

- a) Estrategia Emergente (o implícita o no planeada): Son estrategias que surgen de manera causal, desde cualquier nivel de la organización y que muchas veces únicamente el dueño las conoce y que se van adecuando con el tiempo.

- b) Estrategia Intentada (o explícita o planeada): surgen a través de un proceso sistemático y analítico desarrollado desde el más alto nivel de la organización

- c) Estrategia a Nivel Funcional: Son estrategias específicas desglosadas para cada función dentro de la empresa. En cómo utilizar y aplicar los recursos y habilidades dentro de cada área funcional existente en cada actividad o cada unidad estratégica a fin de maximizar la productividad.

- d) Estrategia a Nivel de Negocio: Cuando una empresa está integrada por varios negocios, unidades de negocios o empresas, en ocasiones se opta por desarrollar planes estratégicos para cada uno de estos.

- e) Estrategia A Nivel Global: Es cuando el plan estratégico se realiza a nivel de toda la organización.

- f) Estrategia A Nivel Corporativo: Son las estrategias a nivel de grupo de empresas. Si una organización está en más de una línea de negocios necesitara una estrategia a nivel corporativo.

Según mi criterio las estrategias a emplearse será la estrategia a nivel funcional para la organización por que permitirá aplicar las habilidades, destrezas de todos los miembros de la organización que estará plasmada bajo un documento en donde se desarrollaran las actividades que desea la organización en un futuro

1.2.8.8. Cursos de Acción

El curso de acción es también un componente estratégico que sólo existe mientras estén presentes los competidores, herramienta eficaz detalla proyectos y actividades, indicadores y metas a las que se comprometen las dependencias de la organización en una vigencia determinada, fijación de tiempos y responsables de cumplir con los objetivos y metas de la organización. Según Jorge R. Medina Quintana (2009), considera que:

“Los cursos de acción son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de los proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico. En ese orden de ideas el curso de acción operativiza las actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a los objetivos fijados en el Plan Estratégico”. (Pág. #105).

Es la herramienta de trabajo que debe plasmar en un documento para cada estrategia cómo la misma debe lograrse, por lo que hay que especificarle cuáles son las principales acciones tácticas a desarrollar, quiénes deben desarrollarla, en qué fecha y con qué recursos, de ser necesarios.

Pienso que los cursos de acción permiten evaluar a la empresa en cómo está desarrollando sus actividades, el manejo de la misma y como esto ha permitido mejorar dichos resultados que espera en el futuro y que las actividades se está cumpliendo para el bienestar de la empresa.

1.2.8.9. Políticas

"Una política es una guía general verbal o escrita que establecen los límites que proporcionan la dirección y los límites generales dentro de los cuales tendrá lugar la acción administrativa. Jorge R. Medina Quintana (2009), considera que:

“Son también planes en el sentido de que son enunciados generales o maneras de entender que guían o canalizan el pensamiento o la acción en la toma de decisiones, éstas delimitan el área dentro de la cual una decisión ha de ser tomada y aseguran que esté de acuerdo y contribuya a los objetivos. Son declaraciones o interpretaciones generales que guían o encauzan el pensamiento en la toma de decisiones”. (Pág. # 180).

Las políticas son enunciados o interpretaciones generales que orientan el pensamiento de los administradores en la toma de decisiones, el propósito es evitar que ni rebasen las decisiones, en si las políticas corresponden en que se encauzarán los recursos humanos y materiales en función del cumplimiento de los objetivos.

Tengo el criterio personal de que las políticas son importantes dentro de una organización, porque permitirá cumplir con los deberes y obligaciones en la empresa, con el fin de poder mejorar las actividades realizando y tomando las decisiones adecuadas para cumplir con los objetivos que la empresa espera en un futuro.

1.2.8.10. Programas

Un Programa es todo conjunto de proyectos que guardan un lineamiento base común a todos ellos, y cuyos objetivos están alineados con el objetivo central que persigue la Organización a cargo del mismo. Según Medina Quintana,(2009), manifiesta que es:

“Un Programa es todo conjunto de proyectos que guardan un lineamiento base común a todos ellos, y cuyos objetivos están alineados con el objetivo central que persigue la Organización a cargo del mismo, un conjunto de instrucciones u órdenes basadas en un lenguaje de programación que una computadora interpreta para resolver un problema o una función específica”.(Pág. #347).

Son un esquema en donde se establece la secuencia de actividades específicas que habrán de realizarse para alcanzar los objetivos, y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución. La elaboración técnica de un programa considera los siguientes puntos:

1. Identificar y determinar las actividades comprendidas.
2. Ordenar cronológicamente la realización de las actividades.
3. Interrelacionar las actividades, es decir, determinar qué actividad debe realizarse antes de otra, que actividades se dan simultáneamente, y por último, que actividades deben efectuarse posteriormente.
4. Asignar a cada actividad la unidad de tiempo de su duración.

Estoy convencida que los programas son aquellos proyectos que se van a ejecutar, con el propósito de haber cumplido aquel objetivo o meta que la organización está enfocada, de tal manera poder llevar un programa estructurado que le ayudará a mejorar las actividades en que deberán estar bien estructurada para el desarrollo de la organización.

1.2.8.11. Proyectos

Son conjuntos de actividades relacionadas y coordinadas que van en la búsqueda de solucionar problemas encaminados al cumplimiento de los objetivos, generalmente los proyectos tienen un plan de actividades donde se deben hacer constar, los recursos a utilizarse, recursos humanos, materiales, técnico, financieros, económicos. Según Medina Quintana, (2009), manifiesta que:

“Consiste en la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. Para su formulación u ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades”.(Pág. #368).

Para su formulación u ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado. El proyecto además permite la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible, cuyo propósito es satisfacer una necesidad o solucionar un problema.

Según mi criterio los proyectos se reflejan aquellas actividades que la organización tiene en mente al comienzo y al final de cada actividad que desea emprender, obteniendo buenos resultados y lo que espera en el futuro esto permitirá llevar un control y coordinación de dichas actividades.

1.2.8.12. Procedimientos

Comprende la secuencia cronológica de acciones requerida. Se encuentran en cualquier parte de la empresa y con aplicación distintas dependiendo del área o departamento. El procedimiento tiene por finalidad esencial la emisión de un acto administrativo. Según D´ Alessio, (2008), manifiesta que son:

“Los procedimientos cruzan las líneas de los departamentos. Por ejemplo, en una comunidad el procedimiento para manejar las actividades con seguridad incluirá a los recursos, el de finanzas, al departamento de contabilidad, al departamento de producción y el departamento de transportación”. (Pág. #245).

Los procedimientos permiten establecer la secuencia para efectuar las actividades rutinarias y específicas; se establecen de acuerdo con la situación de cada empresa, de su estructura organizacional, clase de producto, turnos de trabajo, disponibilidad de equipo y material, incentivos, etc.

El uso de procedimientos presenta las siguientes ventajas:

1. Determina el orden lógico que deben seguir las actividades.
2. Promueven la eficiencia y especialización.
3. Delimitan responsabilidades y evitan duplicidad.
4. Determinan como deben ejecutarse las actividades y también cuando y quién deben realizarlas.
5. Son aplicables en actividades que se presentan repetitivamente.

Son planes que establecen un método requerido de manejar las actividades futuras. Son guías para la acción más que para el pensamiento, detallan la forma exacta en que deben llevar a cabo ciertas actividades. Son sucesiones cronológicas de acciones requeridas.

Según mi criterio los procedimientos son esenciales en una organización porque en ello, se ve cómo está la organización en donde se detallan la forma exacta en que se debe llevar a cabo ciertas actividades en el futuro, estableciendo métodos adecuados y como estas deben ejecutarse de tal forma que permita el progreso de la organización.

1.2.8.13. Seguimiento y Control

Es un proceso interactivo que requiere la implementación de mecanismo de revisión y corrección continua, los mecanismo de control deben ser sensibles, confiables y oportunos, de forma tal que ayuden al proceso estratégico a cerrar la brecha ente lo planeado y lo realizado, instaurando, un tablero de control que permita monitorear los aspectos centrales de la organización en el desarrollo de proceso estratégico. Según D´ Alessio, (2008), manifiesta que:

“Es una etapa que se lleva a cabo desde el inicio del proceso y está conformada por acciones de supervisión y por los ajuste del plan propuesto, es pertinente contar con un tablero de control balanceado para evaluar si se están alcanzando los objetivos de corto y largo plazo”. (Pág.#130).

El control puede definirse como el proceso de vigilar actividades que aseguren que se están cumpliendo como fueron planificadas y corrigiendo cualquier desviación significativa, cada organización querría alcanzar sus metas.

Pienso que el seguimiento y control es importante dentro de una organización porque en ellos se ven reflejadas todas las actividades que se realizan, es decir van en secuencias y es necesario que se siga para que no haya inconveniente de tal manera que se cumplan con los objetivos trazados de la organización en sus procesos de actividades.

1.2.8.14. Planificación Operativa

Se rigen de acuerdo a los lineamientos establecidos por la Planeación Táctica y su función consiste en la formulación y asignación de actividades más desarrolladas que deben ejecutar los últimos niveles jerárquicos de la empresa. Según Rosas R, (2007), considera que:

“Se organiza con base en los procesos programables y las técnicas computacionales. También consiste en hacer compromisos específicos, para poner en práctica los objetivos y las políticas establecidas por la planeación estratégica son de corto plazo, comprende las diferentes especificaciones para los equipos de trabajo de las unidades operativas”. (Pág. #88).

Las características más sobresalientes de la planeación operativa son:

1. Se da dentro de los lineamientos sugeridos por la planeación estratégica y táctica.
2. Es conducida y ejecutada por los jefes de menor rango jerárquico.
3. Trata con actividades normalmente programables.
4. Sigue procedimientos y reglas definidas con toda precisión.
5. Normalmente cubre períodos reducidos.
6. Su parámetro principal es la eficiencia.

El Plan Operativo no es más que la definición de un escenario claro y fácil de comprender acerca de cómo se desplazará la organización desde un punto inicial hasta un punto determinado (definido en cuanto a su posición dentro del mercado, frente a su competencia y en cuanto a la consecución de los objetivos de sus accionistas).

Considero que la planeación operativa son a corto plazo para el desarrollo de las actividades operativas de la organización de manera eficiente y cumpliendo a cabalidad sus obligaciones que tiene la empresa en alcanzar el éxito empresarial

1.3. COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS CONVENCIONAL “UNICHOPEN” UNIÓN DE CHOFERES PENINSULARES

La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” se fundó el 28 de Febrero 2007. En su casi 4 años de funcionamiento la compañía “UNICHOPEN”, no cuentan con misión visión, objetivos, metas que le permitan tenerlo presente y poner en práctica aquellas políticas que tienen en mente aquellas personas que conforman la compañía, por ello el método de elegir a los directivos hasta la actualidad es de manera directa.

Esta compañía se dedica a prestar un servicio de calidad a los peninsulares y el público en general que está ofrece en la Provincia de Santa Elena. Actualmente cuenta con 150 accionistas e incluido socias, y las respectivas directivas de la misma que fueron electos, mediante asamblea ordinaria con fecha de 28 de febrero del 2007.

Estoy convencida que la compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, permitirá que la ciudadanía pueda trasladarse al lugar asignado, a través de las unidades ofreciendo un servicio de calidad y seguridad para los ciudadanos que son los habitantes de la Provincia de Santa Elena.

1.3.1. CONCEPTO DE COMPAÑÍA

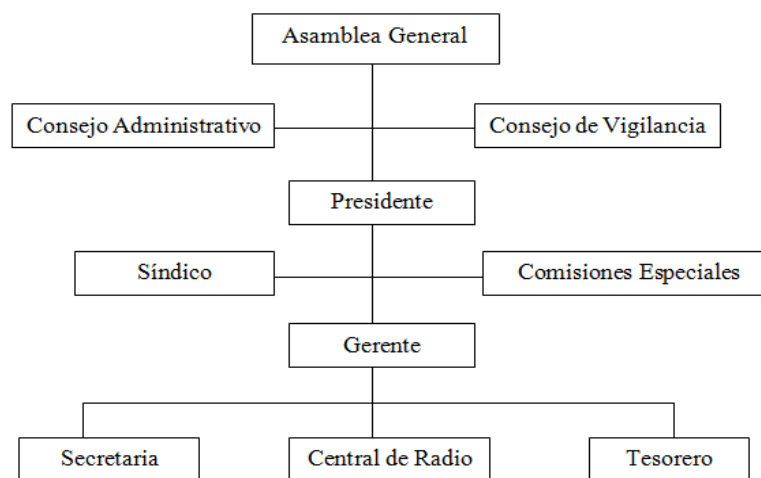
El término compañía asume diversos usos dependiendo del contexto en el cual se lo utilice, se refiere a la unión y la cercanía que se establece entre las personas. Sociedad o junta de varias personas unidas para un mismo fin, frecuentemente mercantil.

En tanto también se le llamará compañía a la persona o las personas que se encuentran encargadas de proveerles acompañamiento a otras, tal podría ser el caso de una persona que se dedica a cuidar y a entretener ancianos, es decir, que trabajan básicamente de compañía. Por otro lado, el término compañía puede referirse a aquellas sociedades o reuniones de varias personas, que además de elemento humano cuentan con otros técnicos y materiales y cuyo principal objetivo radica en la obtención de utilidades.

Pienso que el concepto de compañía surge, a través de grupos de personas que conformarán una sociedad con el propósito de lograr el progreso de la misma, con la finalidad de tener éxito cumpliendo con lo que establece la ley de compañía que es la encargada de dar su aprobación.

1.3.2. ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA

La elaboración del organigrama se encuadra en funciones específicas y logros propuestos fue necesario observar en la práctica las funciones existentes y aquellas necesarias de creación para la compañía.



Fuente: De la Compañía.
Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Tengo la certeza que el organigrama es esencial dentro de una organización se refleja los altos mandos que conforman la organización esto se va especificando, como llevan a cabo su diseño en tanto organizacional, como en sus actividades que realizan para el bien y el progreso de la organización.

1.3.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE UNA COMPAÑÍA

La idea de formar una Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, es del Sr. Ricardo Salcedo Carvajal, quien invito a varios señores, señoras de la Provincia de Santa Elena en el que agradece de su presencia a los presentes.

El objetivo de la reunión convocada es para manifestar en ofrecer a las personas una excelente atención, como es servicio de Transporte de Taxis Convencional en la Capital de la Provincia de Santa Elena en las respectivas parroquias, cantones de la misma, siendo sus pobladores quienes más necesitaban de este servicio, dicho objetivo fue acogido de la mejor manera por los asistentes dando inicio para formar una Compañía que hoy en día las aspiraciones se han hecho realidad.

Nuestra Compañía está estructurada de la siguiente manera:

1. Junta General de Accionistas
2. Consejo de Administración
3. Consejo de Vigilancia
4. Presidente
5. Comisiones Especiales
6. Gerente
7. Colaboradores

Según mi criterio la estructura organizacional de la compañía, se basa en los altos directivos quienes lo conforman con el fin de poder, establecer las actividades correspondientes para cada uno de los miembros de la directiva que conforman la organización, por lo tanto los accionistas son los encargos de elegir los representantes de la compañía.

1.3.4. ORGANIZACIÓN DE LA COMPAÑÍA

En sus casi 5 años de funcionamiento la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, no cuentan con misión visión, objetivos, metas, estrategias, procedimientos que le permitan tenerlo presente y poner en práctica aquellas políticas que tienen en mente aquellas personas que conforman la compañía, por ello el método de elegir a los directivos hasta la actualidad es de manera directa.

Actualmente cuenta con 150 accionistas e incluido socias, y las respectivas directivas de la compañía que fueron electos, mediante asamblea ordinaria con fecha de 28 de febrero del 2007, quedando elegidos las dignidades que se han mantenido en el cargo hasta la actualidad.

Responsabilidades y Funciones del Consejo de Administración:

Las responsabilidades y funciones del Consejo de Administración son las siguientes:

1. Reformar Estatutos, Reglamentos Interno y someter a conocimiento de la Junta General de Accionistas para su aprobación.
2. Organizar seminarios, talleres, cursos sean estos de motivación, relaciones humanas, para el crecimiento y fortalecimiento de los conocimientos de los accionistas.

3. Planificar y fomentar mecanismos para impulsar el trabajo y por ende el horario mediante una caja común.
4. Elaborar el plan de trabajo interno y de la central de radio.
5. Cumplir las demás disposiciones del Estatuto, Reglamento Interno y la ley de compañía.
6. Aprobar el presupuesto y ponerlo a consideración a la Junta General de Accionistas.

Responsabilidades y Funciones del Consejo de Vigilancia:

Las responsabilidades y funciones del Consejo de Vigilancia son las siguientes:

1. Desempeñar la función de fiscalizador de la compañía.
2. Poner el visto bueno a los balances.
3. Vigilar el movimiento económico de la compañía.
4. Aprobar o vetar cualquier inversión de la compañía.
5. Dar informe pertinente a cualquier circunstancia que ocurra en la compañía.
6. Aprobar el presupuesto y ponerlo a consideración al Consejo de Administración para su aprobación.
7. Solicitar auditoria si el caso lo amerita.
8. Cumplir las demás disposiciones del Estatutos, Reglamento Interno y la Ley de Compañía.

9. Exigir de los administradores la entrega de un balance mensual de comprobación.

Responsabilidades y Funciones del Presidente:

Las responsabilidades y funciones del Presidente son las siguientes:

1. Convocar a la Junta General de Accionistas a través de circulares, medios de comunicación, mensajes de textos, correos electrónicos, etc. Con 8 días de anticipación.
2. Dirigir las sesiones del Consejo de Administración y las Juntas General de Accionistas, sean ordinarios o extraordinarios.
3. Conceder el uso de la palabra a los accionistas por un tiempo prudente, que no puede ser más de 5 minutos por primera vez, 3 minutos por segundo vez, 1 minuto por tercera vez.
4. Calificar las mociones presentadas en la Junta General de Accionistas.
5. Cortar las intervenciones de los accionistas que no estén apegadas al orden de del día.
6. Asistir como delegado de los accionistas a las reuniones o convenciones de las matrices a la cual pertenece nuestra compañía
7. Cumplir las disposiciones del estado, reglamento interno y la ley de compañía.
8. Recibir, analizar y dar respuesta a las demandas de los accionistas o socias.

Responsabilidades y Funciones del Secretario:

Las responsabilidades y funciones del secretario son las siguientes:

1. Redactar, certificar, administrar las actas de las sesiones, llevar al día la correspondencia y los libros de registro de los afiliados a la compañía.
2. Asistir a las reuniones de Consejo y Junta General de Accionistas.
3. Firmar conjuntamente con el Presidente las actas, comunicaciones, registros y demás documentos de la compañía.
4. Convocar por orden del Presidente a las sesiones de Directorio y de la asamblea general.
5. En caso de ausencia del secretario lo subrogará el Prosecretario y a su falta el Segundo vocal Principal y a la falta de este el Suplente.
6. Llevar el libro de actas de las sesiones de los Consejos y junta general de accionistas.
7. Cumplir con las disposiciones del Estatuto, Reglamento Interno y La Ley de Compañía.

Responsabilidades y Funciones del Gerente:

Las responsabilidades y funciones del Gerente son las siguientes:

1. Realizar las gestiones de cobro de los accionistas.
2. Depositar el dinero en la cuenta corriente.
3. Llevar en orden los justificativos relacionados a su gestión.

4. Rendir cuentas al Consejo de Administración y de Vigilancia.
5. Informar periódicamente a la Junta General de Accionistas los detalles de su gestión.
6. Planificar con anticipación antes del cierre de su periodo fiscal anual el nuevo presupuesto para el siguiente año y ponerlo a consideración del Consejo de Administración y Vigilancia.
7. Rendir caución.
8. Asistir como delegado de la Compañía a las reuniones o convenciones de las matrices a la cual pertenece nuestra compañía.
9. Cumplir las demás disposiciones del Estatutos, reglamento interno y la ley de compañía.

Responsabilidades y Funciones de las Comisiones:

Las responsabilidades y funciones de las Comisiones son las siguientes:

1. Las comisiones serán nombradas por el Consejo de Administración, por el Consejo de Vigilancia o por la Junta General de Accionistas.
2. Cumplir las disposiciones del Estatutos y la ley de compañía.
3. Cumplirán el objetivo por el cual fueron nombrados.
4. Coordinar con Consejo de Administración el desarrollo de eventos sean culturales, sociales, deportivos, educativos, capacitaciones, etc.

5. Presentar a consideración del Directorio el plan de actividades incluyéndose el presupuesto correspondiente que se proponga desarrollar.

Según mi criterio todos los que conforman el directorio de la organización, deben cumplir con sus deberes y obligaciones que le competen de esta manera puedan resolver bien sus actividades de manera eficiente y ejercer sus funciones en el cargo que se les otorgo en la organización.

1.3.5. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

El Cantón La Libertad tiene una población que asciende a 100.000 habitantes, entre sus residentes y la población flotante debido a su potencial económico, es visitada por comerciantes de distintas partes del país.

La exportación petrolera la transformo en una gran ciudad, es el Cantón con, mayor actividad comercial en la península a pesar de su pequeña extensión geográfica de 25.2 kilómetros cuadrados y de ser solo urbana, hay pedido de un sector de la población rural con el fin de beneficiarse de los proyectos que atañen a las parroquias rurales.

La Libertad destaca entre los 3 cantones que conforman la provincia de Santa Elena, por ser un cantón eminentemente comercial, producto de lo que han generado la refinería, otros hacen su lugar de residencia, porque ven un futuro económico en esta zona peninsular.

La compañía por lo general sus unidades están siempre ubicadas en las distintas ciudades, cantones que tiene la Provincia de Santa Elena, permitiendo así su desarrollo como es la prestación de servicio directo a la ciudadanía y público general.

Pienso que es esencial conocer a fondo la cantidad de habitantes que cuenta el Cantón La Libertad, para saber si las unidades pueden atender a la ciudadanía ya que no es la única compañía, que ofrece este servicio sino son algunas organizaciones que cuentan con este servicio indispensable en la Provincia.

1.3.6. POBLACIÓN ATENDIDA

La Población es un término definido desde la demografía y señala la cantidad de personas que viven en un determinado lugar en un momento en particular. Si bien se trata de un concepto que se define en términos bastantes sencillos, el estudio de la población es, sin duda de gran aporte para múltiples disciplinas.

El cantón la libertad tiene una población que asciende a 100.000 habitantes, entre sus residentes y la población flotante debido a su potencial económico, es visitada por comerciantes de distintas partes del país.

Según mi criterio la población atendida de la Provincia, ha sido excelente ya que las unidades que ofrecen la compañía, han logrado que la ciudadanía se sienta cómoda, feliz por la atención que les brinda la compañía.

1.3.7. ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA

Las actividades que cuentan la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, son el servicio de transporte directo y el servicio con central de radio para que la ciudadanía opte por elegir el servicio que prefiera el ciudadano que ofrece la compañía.

Las actividades que desarrolla la Compañía “UNICHOPEN”, se detallan a continuación:

1.3.7.1. Servicio de Transporte Directo

La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, presta a la comunidad un servicio de excelente calidad gracias al apoyo de la personas ha permitido tener buena acogida, a la vez que la compañía se siente feliz y contento por el servicio que ofrece ya que lo hace de manera responsables y la seguridad que le dan a los personas.

En la actualidad la exigencia social procura que las acciones sean respaldadas en una organización real y positiva para el mejoramiento de la calidad de servicio, para contribuir al desarrollo de la comunidad dentro de la Provincia de Santa Elena para el mejoramiento socioeconómico.

Según mi criterio el servicio de transporte directo es de gran ayuda para todos los habitantes que viven en la Provincia, porque nos permiten utilizar esta unidad para dirigirnos a nuestro lugar de trabajo de manera rápida y seguro para la ciudadanía en la Provincia.

1.3.7.2. Servicio con Central de Radio

La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” cuenta con una central de radio que se encuentra ubicado en el Cantón La Libertad, atrás del Cementerio de La Libertad, donde se encuentran los operarios que están realizan sus labores en la central de radio de la Compañía, son ellos quienes reciben todas las llamadas telefónicas de los clientes que solicitan una unidad y avisan si alguna unidad se encuentra averiado, o sufren asaltos.

También los dueños de los hoteles tienen registrados el número convencional de las oficinas cuando solicitan una unidad de inmediato.

El operario dan avisos a los choferes de las unidades de la compañía por medio de la radio para que realicen la carrera respectiva, hacia el sitio exacto que solicita el cliente para dirigirse a su lugar de trabajo.

Pienso que el servicio de central de radio es esencial y de gran ayuda a la ciudadanía, cuando se solicita una unidad y que este nos preste un servicio de calidad, hacia el lugar donde nos dirigimos con toda la garantía de seguridad y protección de los ciudadanos.

13.8. RECURSOS

Los recursos que cuenta la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, son el recurso económico, recurso humano y el recurso material en donde se detallan cada uno de ellos para el bienestar y desarrollo de la Institución.

1.3.8.1. Recurso Económico

Los fondos económicos que tiene la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” son los siguientes:

1. Los recursos económicos que se obtengan por la realización de diversas actividades acorde a su naturaleza.
2. Las donaciones fiscales, municipales y privadas que le fueron otorgados.
3. Contribuciones de los accionistas por concepto de cuotas, multas y donaciones.

4. Cualquier otro recurso que le corresponda o pueda crearse a su favor, directa o indirectamente.

Pienso que el recurso económico es de gran ayuda para todos los que conforman la organización, gracias a las aportaciones que dan día a día, permitirán obtener un dinero extra, sigan cumpliendo a cabalidad con sus obligaciones en la compañía esto servirá para realizar algunos trámites, diligencias o enfermedades que tengan algunos accionistas, directivos y colaboradores de la Compañía de Transporte de Taxis.

1.3.8.2. Recurso Humano

Los accionistas de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, son personas trabajadoras, responsables de sus actos, que tienen un espíritu luchador, padres de familias que sacan lo mejor de sí mismo en salir adelante enfrentándose aquellos obstáculos que se le presentan aquí están estas personas que se preocupan de su hogar y que están pendiente de su familia.

También de la compañía ya que ellos están cumpliendo con sus objetivos, metas que se proponen en tratar de mejorar día a día sus actividades que emprenden, como es prestando un servicio de calidad a la comunidad. Dentro del recurso humano están las siguientes personas que se detallaran a continuación:

1. 1 secretaria que realiza sus actividades de manera eficiente y eficaz.
2. 3 Operarios que se encuentran en las oficinas de la central de radio que está ubicado en el Cantón La Libertad.
3. 150 accionistas entre ellos socios que conforman la compañía.

4. 9 personas que conforman la directiva de la compañía.
5. 15 proveedores que les otorga lo necesario para los vehículos de los accionistas de la compañía.

Según mi pensamiento el recurso humano es lo primordial en una organización, porque ellos son los encargados que la organización funcione de manera correcta en el desarrollo de sus actividades en donde pone énfasis sus conocimientos, habilidades y destrezas para que la organización tenga éxito y progreso en el campo laboral.

1.3.8.3. Recurso Material

El patrimonio de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, están los bienes que son dispensables para la compañía y que en un futuro estas pueden ser:

1. Los legados y donaciones que reciba con beneficio de inventario de las personas naturales o jurídicas e instituciones públicas o privadas.
2. Tienen una computadora en donde se almacenan toda la información de la compañía y cuenta con una impresora para el desarrollo de sus actividades correspondientes.
3. Tienen 2 escritorios con sus respectivas sillas en donde estarán ubicadas los equipos de computación.
4. Un teléfono convencional para recibir las llamadas en la oficina de la compañía.

5. Un teléfono convencional en la oficina de la central de radio.
6. Cuatro sillas plásticas para las visitas de los clientes.
7. Dos sillas plásticas en las oficinas de la central de radio.
8. Un archivador en que se almacena los documentos.
9. Cuentan con equipos de radio para los choferes para estar al tanto de los clientes cuanto solicitan el servicio de la compañía que se encuentra en la central de radio.
10. Una agenda de números convencionales de las personas que solicitan el servicio.
11. Una grapadora, perforadora, lápices, marcadores, regla, cinta adhesiva, borradores, sacapuntas, resma de hojas, franelas, pen drive, reloj de pared.
12. Un escritorio en la central de radio.
13. Además tienen un cartel en donde están las fotos de aquellas actividades que realiza la compañía como desfiles, reuniones entre otras actividades que desempeña la compañía.
14. Un cuadro de la Compañía “UNICHOPEN”
15. Un folleto de las claves de emergencia del equipo de radio.

Pienso que los recursos materiales son de mucha ayuda para realizar las diferentes actividades, que nos permitirán desarrollarlo de manera eficiente y eficaz aportando nuestro conocimiento y habilidades para que la organización crezca y se desarrolle de la mejor manera.

1.4. MARCO LEGAL

En la ley de Compañía para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere cumplir una serie de requisitos establecidos por el ordenamiento jurídico respectivo. Entre ellos, generalmente se incluye, según la legislación en concreto:

1. Un mínimo de socios o accionistas, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.
2. Un mínimo de capital social o suscripción de las acciones emitidas
3. La escritura constitutiva de la sociedad anónima con ciertas menciones mínimas.

En algunos sistemas, las sociedades anónimas pueden constituirse a través de un doble procedimiento práctico, regulado específicamente por los diferentes intereses jurídicos, y constitución final de la sociedad; a través de la asamblea constituyente, códigos o leyes mercantiles: Fundación simultánea y Fundación sucesiva.

Art. 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

En la ley de Tránsito nos indica que debemos cumplir con los artículos establecido por el gobierno de esta forma realizaremos bien nuestras actividades que vamos a desarrollar en las unidades de la compañía.

En cuanto al transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, se fundamenta en: la equidad y solidaridad social, derecho a la movilidad de personas y bienes, respeto y obediencia a las normas y regulaciones de circulación, atención al colectivo de personas vulnerables, recuperación del espacio público en beneficio de los peatones y transportes no motorizados y la concepción de áreas urbanas.

1.4.1. CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA.

La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” S.A. Se constituyo por escritura pública otorgada ante el Notario Público del Cantón Santa Elena, el 23 de Enero del 2012, fue aprobada por la Superintendencia de Compañías, mediante resolución SC.IJ.DJC.12.0002025.

1. Domicilio: Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.
2. Capital : Suscrito U\$\$ 800,00
3. El objeto de la Compañía es: Pasajeros en Taxis.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 10.- Las aportaciones de bienes se entenderán traslativas de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva.

Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil.

Art. 46.- El transporte terrestre automotor es un servicio público esencial y una actividad económica estratégica del Estado, que consiste en la movilización libre y segura de personas o de bienes de un lugar a otro, haciendo uso del sistema vial nacional, terminales terrestres y centros de transferencia de pasajeros y carga en el territorio ecuatoriano.

Pienso que es importante que todas las compañías de Taxis estén constituida para el bien de los directivos, accionistas y colaboradores que trabajan en esta institución, de esta forma no tendrán inconveniente para realizar otros trámites que desea ejecutar la compañía.

1.4.2. REGLAMENTO INTERNO

El Reglamento interno de la Compañía de Transporte de Taxis esta escrito en los siguientes artículos:

Art. 1. La Compañía “UNICHOPEN”, fundada el 28 de Febrero del 2007, como una entidad de derecho privado, regula y emanada por las disposiciones de la Superintendencia de Compañía, estatutos y reglamentos interno de Accionistas.

Art.2. Este reglamento interno tiene como principal al objetivo el hacer cumplir todos los lineamientos de la Compañía y resoluciones de la Asamblea General de Accionistas y metas señalas en el plan de trabajo que se presenta en la Administración para la proyección de desarrollo de la compañía.

Art 4. Objetivos Específicos del Reglamento Interno de la Compañía:

- a) Mantener el bienestar socioeconómico del accionista en el momento que sea necesario.

- b) Procurar el desarrollo de la Compañía en todo ámbito.

1.4.3. PERMISO DE OPERACIÓN

Dentro del servicio de transporte en taxis se debe precautelar la seguridad y comodidad de los usuarios para lo cual la Compañía “UNICHOPEN”, exige ciertos requisitos que deben ser cumplidos por los vehículos para ser calificados.

Para el servicio de transporte público de pasajeros en taxis se autoriza única y exclusivamente automóviles tipo CHEVI TAXI de cuatro puertas laterales, con capacidad mínima para cuatro y máxima para cinco personas, incluido el conductor.

Los vehículos deben estar pintados de color amarillo de acuerdo al diseño de la Compañía “UNICHOPEN”, llevar en las puertas laterales delanteras visiblemente, el adhesivo conferido por la Compañía “UNICHOPEN”, en las puertas laterales traseras llevar pintada la identificación de la organización de transporte de taxis a la que pertenece, haciendo constar el número asignado, de acuerdo con el diseño y medidas fijadas por la Compañía.

Art. 76.- El contrato de operación para la prestación de servicios de transporte público de personas o bienes, es el título habilitante mediante el cual el Estado entrega a una persona jurídica que cumpla los requisitos legales, la facultad de establecer y prestar los servicios a los cuales se refiere la Ley; así como para el uso de rutas, frecuencias y vías públicas.

El contrato de operación de servicio del transporte público se sujetará al procedimiento especial establecido en el Reglamento.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es la estrategia o plan de acción utilizado que indica la secuencia de pasos a seguir, contiene el detalle de las tareas para alcanzar los resultados esperados.

El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. El diseño de la investigación desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable. Según. Bernal C, (2010,) manifiesta que:

“La definición de un diseño de investigación está determinada por el tipo de investigación que va a realizarse y por la hipótesis que va a probarse durante el desarrollo de la investigación. Se habla del diseño cuando está haciéndose referencia a la investigación experimental, que consiste en demostrar que la modificación de una variable (independiente) ocasiona un cambio predecible en otra (dependiente)”.
(Pág. # 33).

El presente proyecto toma en consideración la investigación cualitativa que consiste en la recolección de datos directamente de las personas beneficiadas con la implementación de un plan estratégico para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, además de la observación del sitio donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes, por lo que se conoce como investigación no experimental.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad del trabajo de titulación que se utiliza en esta investigación, es el de proyecto factible o intervención, Según la Dra. Ángela Chong de Álvarez (2008) considera que el proyecto factible:

“Es el que permite la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible, cuyo propósito es satisfacer una necesidad o solucionar un problema. Comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas programas, tecnologías, métodos o procesos. Para su formulación y ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental, de campo o de un diseño que incluya ambas modalidades”. (Pág. # 45).

La modalidad de investigación que se utilizó en el desarrollo de la presente propuesta es la de proyecto factible. Un proyecto factible es el que permite la elaboración de una propuesta de un plan estratégico viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de las organizaciones o grupos sociales.

En el proceso de investigación se tomó en cuenta a todos los miembros que conforman la directiva que laboran en la compañía, con el objetivo de obtener datos que permitan plantear una propuesta viable que ayude a la implementación del proyecto, además de fortalecer la fundamentación teórica de la presente propuesta.

En la investigación que se está realizando el paradigma cualitativo, se refiere a solucionar el problema de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Entre los diferentes tipos de investigación se definieron las que a continuación se detallan, como base para determinar los aspectos relevantes del entorno donde desenvuelven las actividades de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” objeto de estudio.

2.3.1. POR EL PROPÓSITO:

Los tipos de investigación se presentan por medio del propósito que es básica y que se detallan a continuación:

BÁSICA:

Esta investigación pura o básica busca aumentar la teoría, por lo tanto se relaciona con nuevos conocimientos, de este modo no se ocupa de las aplicaciones prácticas que pueden hacer referencias los análisis teóricos.

Se tomó en cuenta la investigación básica que nos permitirá ver la realidad de las necesidades que tiene la compañía, para poder desarrollar un plan estratégico que le permitirá realizar de manera adecuadas el control de las actividades, aplicando la teorías que se obtuvieron que garantizara la respectiva solución aquellos inconvenientes que presenta la institución logrando el bienestar de todos

2.3.2. POR EL NIVEL:

Los tipos de investigación se presentan por medio del nivel que es descriptiva que se detallan a continuación:

DESCRIPTIVA:

Consiste en reflejar lo que aparece, tanto en el ambiente natural, como social, la descripción puede ser con información primaria y secundaria. Según Bernal C, (2010), manifiesta que es:

“Una de las funciones principales es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de este objeto, es uno de los procesos más populares y utilizados por los investigadores”. (Pág. #113).

Con respecto al tipo de investigación se aplicará la investigación descriptiva que va a comprender a lo que se ha investigado, conocer aquellos hechos que suceden en su entorno con relación a la compañía, con el propósito de ver y describir la realidad que tiene compañía, a su vez plantear solución a dicho problema.

2.3.3. POR EL LUGAR:

Los tipos de investigación se presentan por medio del lugar que son de campo, documental o bibliográfica que se detallan a continuación:

DOCUMENTAL-BIBLIOGRÁFICA:

La investigación generalmente se le identifica con el manejo de mensajes registrados en la forma de manuscritos e impresos, por lo que se le asocia normalmente con la investigación archivística y bibliográfica. La investigación documental se caracteriza por el empleo predominante de registros gráficos y sonoros como fuentes de información. Según Bernal C, (2010), considera que:

“La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema de objeto de estudio”. (Pág. #111).

En el presente trabajo, se basó en consultas de libros y páginas web cuyos autores se encuentran inmersos en el desarrollo de temas necesarios para la elaboración del presente documento, además de los documentos, tales como metodología de investigación, plan estratégico, estrategias, etc.

DE CAMPO:

Este tipo de investigación conduce a la observación directa y en vivo, de cosas, comportamiento de personas, circunstancias en que ocurren ciertos hechos, por este motivo, la naturaleza de las fuentes determina la manera de obtener los datos. Según Salla J, (2008), manifiesta que:

“La investigación de campo es aquella en la que el mismo objeto de estudio sirve de fuente de información para el investigador. En otros términos es aquella que se la lleva a cabo en el campo de los hechos o sea, en los lugares donde se están desarrollando los acontecimientos”. (Pág. #36).

La investigación de campo se aplicó con la finalidad de obtener información de los hechos que se presentan en la institución como, es la directiva y el personal que trabaja, teniendo como resultados positivo la información obtenida durante la investigación que se realizó, que servirán de apoyo a la realización del proyecto.

2.3.4. POR LA DIMENSIÓN TEMPORAL:

Los tipos de investigación se presentan por medio de la dimensión temporal que es diseños transversales que se detallan a continuación:

DISEÑOS TRANSVERSALES:

Los diseños transversales en la investigación. Según Paredes W, (2009), manifiesta que:

Es el más utilizado en la investigación por encuesta. Los datos se recogen, sobre grupos de sujetos, en un solo momento temporal, se trata del estudio en un determinado corte puntual en el tiempo.

Se aplicó el instrumento de recolección de datos a los directivos que conforman la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” y el personal que labora en la organización, con el fin de poder llevar a cabo la información obtenida a través de ellos mediante la observación respectiva que se realizó dentro de la institución.

2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de investigación son método deductivo, inductivo, analítico que se detallan a continuación:

MÉTODO INDUCTIVO:

Se analizan solo casos particulares, cuyos resultados son tomados para extraer conclusiones de carácter general. A partir de las observaciones sistemáticas de la realidad. Según Bernal C, (2010), manifiesta que:

“La inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación (se podría citar ejemplos: aspecto de una estructura, la auditoria de una organización específica), y concluir proposiciones que expliquen fenómenos similares al analizado”. (Pág. # 190).

De acuerdo al método que se va a utilizar en el proyecto será el método inductivo porque permitirá observar a fondo lo que sucede en la compañía a la vez tendrá que sacar conclusiones con respecto al entorno de la misma con la finalidad de llegar al objeto de estudio que se está investigando.

MÉTODO ANALÍTICO:

El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podrá establecer las relaciones causa – efecto entre los elementos que componen su objetivo de investigación. Según Bernal C, (2010), manifiesta que:

“Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separado cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual. Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado”. (Pág. # 191).

Se consideró el método analítico a utilizar en el proyecto que nos permitirá analizar la situación de la compañía como incide los problemas y esto afecta a la misma, con la finalidad de poder dar solución a las actividades de la institución para que de una forma puedan realizar el desarrollo y el control de las actividades.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas de investigación es un instrumento que permite facilitar el procesamiento de la información en la investigación. El éxito de la investigación depende de la calidad de la información que se adquiera, tanto de las fuentes primarias como de las secundarias así como del procesamiento y presentación de la información. Las técnicas de investigación son las siguientes:

2.5.1. Observación:

Es una técnica, cuyos primeros aportes sería imposible rastrear, a través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo rodea, que luego organiza intelectualmente, la observación puede definirse como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación. Según Méndez C, (2006), manifiesta que:

“Permite definir previamente los datos más importantes que deben recogerse por tener relación directa con el problema de investigación. La observación como método científico, nos permite obtener conocimientos acerca del comportamiento del objeto de investigación tal y como este se da en la realidad, es una manera de acceder a la información directa e inmediata sobre el proceso u objeto que está siendo investigado”. (Pág. #250).

Es el método mediante el cual se dirige a la fuente primaria de información y se ocupan de percibir todo el ambiente y los procesos concernientes al problema, a fin de tener una visión clara del entorno del problema y de las fallas existentes y percibir las posibles soluciones.

La primera etapa de levantamiento de información se realizó mediante la observación directa a la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, se obtuvo una mejor comprensión sobre la manera de cómo las personas encargadas de la compañía y el personal que labora en la misma llevan el control y desarrollo de sus actividades.

2.5.2. Entrevista:

Es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideran fuente de información. Según Méndez C, (2006), considera a la entrevista como:

“La entrevista puede individual, grupal, estructurada o no estructurada. Puede tener pocas o muchas preguntas, y se hace mediante un diálogo entre el investigador y la persona que proporciona información. La entrevista puede ser estructurada cuando previamente se ha determinado de manera sistemática y organizada el orden de las preguntas, o no estructuradas cuando a través del diálogo el encuestador obtiene la información deseada”. (Pág. #300).

La entrevista es una técnica interactiva con el usuario, es utilizada para obtener los requerimientos de información de la organización. Los resultados de la entrevista determinan la necesidad de implementar un plan estratégico para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.

2.5.3. Encuesta:

La encuesta se la puede usar para obtener muchas clases de información, en muchas situaciones diferentes. Según Salla J, (2008), manifiesta que:

“Es una técnica de recolección de información más usada, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. Dependiendo del diseño de la encuesta, también puede proporcionar información con mayor rapidez la investigación.”(Pág. #176).

Es importante hacer un diagnóstico de cómo está en realidad el problema, poder cuantificarlo y cualificarlo mediante la encuesta a los miembros de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, determinando los diferentes aspectos que comprenden, gestionando la aplicación de criterio técnicos operativo que va a determinar la manera que los Accionistas juzguen la actividad dentro de la compañía.

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los instrumentos de investigación constituyen las vías mediante la cual es posible aplicar una determinada técnica de recolección de información. Los instrumentos de investigación son las siguientes:

2.6.1. Registro de Observación: El registro de observación se registra de la siguiente manera:

Nombre de la organización: Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.

Dirección: En el Cantón de La Libertad.

Se aplicará como instrumento la guía de observación a los directivos con referencia a la gestión administrativa de la compañía, sin inferir en sus actividades. El registro de observación cumple un papel esencial en donde se tomará en cuenta la información que se ha obtenido al observar y dialogar con los miembros encargados de la compañía en las actividades que están realizando, para que de esta manera se pueda llevar un control del registro de observación que se pudo obtener al momento que se observó en el entorno de la compañía.

2.6.2. Guía de Entrevista:

La guía de entrevista es de gran importancia para el investigador. Según Bernal C, (2006), manifiesta que:

“Aunque no hay un modelo único para realizar una entrevista, a continuación se presenta una guía general de cómo hacer una entrevista en investigación científica”. (Pág. #227).

La guía de entrevista cuenta con los pasos a seguir son:

- a) **Preparación de la entrevista:** En esta etapa se parte del problema de investigación, los objetivos y la hipótesis (si la hay), luego se prepara un guion de entrevista, teniendo en cuenta el tema a tratar, el tipo de entrevista a realizar y las personas a entrevistar. Valida el guión inicial con una prueba piloto o mediante el juicio de expertos, entra en contacto previo con las personas a entrevistar y se concreta la entrevista.
- b) **Realización de la entrevista:** Con el guión de entrevista definido, y habiendo entrado en contacto con las personas a entrevistar, se procede a la fase de realización de la entrevista, teniendo preparado el material y las condiciones requeridas para tal efecto. Se comienza por presentar al entrevistado el objetivo de la entrevista, la forma como se registrará la información (escrita, grabada, filmada, etc.) y después se procede a desarrollar el guión de la entrevista, según el tipo de entrevista seleccionado.
- c) **Finalización de la entrevista o de las conclusiones:** En esta fase se agradece su participación al entrevistado y se organiza la información para ser procesada posteriormente para su respectivo análisis.

La guía de entrevista es esencial ya que nos permite realizar de manera ordenada las preguntas que se pretende alcanzar, con la finalidad de llevar a cabo con el objeto de estudio y por ello se tomó en cuenta cada fase de la guía de entrevista para la realización de la misma.

2.6.3. Cuestionario:

La estructura del cuestionario lo define el contenido y la forma de las preguntas que se les formula a los interrogados. Según Salla J, (2008), manifiesta que:

“En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de este. La pregunta en el cuestionario por su contenido pueden dividirse en dos grandes grupos: preguntas directa o indirecta”. (Pág. #40).

Se realizó un cuestionario para todos los miembros que conforman la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” está organizado de la siguiente manera:

1. En la primera parte comprende la portada, que lleva implícito, el título del instrumento, la presentación, objetivo y las preguntas.
2. La segunda parte, corresponde al cuestionario: De las preguntas, en base a la operacionalización de las variables, considerando los aspectos de la administración de la compañía y de la factibilidad del proyecto.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población

Es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas. Es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. Según Hernández R, (2010), manifiesta que:

“Es el conjunto formado por la totalidad de elementos con arreglo a unas características concretas. La población es un término definido desde la demografía y señala la cantidad de personas que viven en un determinado lugar en un momento en particular”. (Pág. #304).

La población a la que orienta el presente estudio, corresponde a los accionistas, directivos, trabajadores y proveedores que a continuación se detallan:

Cuadro 3.
POBLACIÓN

POBLACIÓN	Ni
Directiva	9
Accionistas	150
Trabajadores	4
Proveedores	15
Total	178

Fuente: Actas de la Compañía

Elaborado por: Evelia Panchana Vera

El presente estudio corresponde a la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, que nos proporcionaron información en cuanto a la directiva, clientes, proveedores incluso el número de Accionistas que cuenta la Compañía. El universo del presente trabajo está conformado por 178 personas como lo demuestra el cuadro 3 que involucran a la Compañía.

2.7.2. Muestra

La muestra es un subconjunto representativo de elementos de una población, es decir una parte de la misma, por lo tanto refleja en cierta medida las características que definen la población de la cual es extraída. Según Hernández R., (2010), manifiesta que:

“Es aquella parte representativa de la población o considerando como el subconjunto del conjunto población. El enfoque cualitativo es la unidad de análisis o conjunto de personas, contextos o sucesos sobre el (la) cual se recolecta los datos sin que necesariamente sea representativa y la muestra con enfoque cuantitativo, es el subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y deben ser representativos de la población”. (Pág. #302).

Existen dos tipos de muestra que son: la Probabilística y la No Probabilística, que a continuación se detallan:

a) MUESTRA PROBABILÍSTICA

Son considerados aquellos elementos que tienen la misma posibilidad de ser elegidos. En la cual cada miembro de la población tiene una probabilidad conocida de que lo incluyan en la muestra y los investigadores pueden calcular los límites de confianza para los errores en la muestra. Pero cuando el muestreo de probabilístico cuesta demasiado, o se lleva demasiado tiempo, los investigadores de mercadotecnia menudo aceptan el muestreo no probabilístico.

Los tipos de muestra probabilística son los que se muestra a continuación: muestreo aleatorio simple, muestreo aleatorio estratificado, muestreo sistemático y muestreo por conglomerados.

b) MUESTRAS NO PROBABILÍSTICA

Es aquel utilizado en forma empírica, es decir, no se efectúa bajo normas probabilísticas de selección, por lo que sus procesos intervienen opiniones y criterios personales del investigador o no existe norma bien definida o validada. Se caracteriza por no conocerse la probabilidad de que una unidad quede incluida en una muestra, no se puede medir el error de estimación y por lo tanto, no se pueden realizar estimaciones.

Para la investigación del proyecto utilicé la muestra no probabilística, específicamente la denominada por criterio. La muestra será efectuada con respecto al subconjunto de la población de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, para efectuar las investigaciones y por el personal que está directamente involucrado con la información.

c) MUESTRA POR CRITERIO

Determina la muestra en función del criterio del investigador donde se consideran los elementos representativos que van a ser tomados dentro de la investigación propuesta. Muestreo por criterio se seleccionan los elementos de acuerdo con el criterio de quien determina la muestra y considera que son los más representativos de la población.

Cuando todos los elementos tienen la misma probabilidad para determinar se utiliza la siguiente fórmula:

Simbología	$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$
n = ?	$\frac{178}{(0,05)(178 - 1) + 1}$
e = margen de error 5%	
N = tamaño de la población	$n = 123$

Realizando la respectiva fórmula nos dio como resultado 123 personas a encuesta con la finalidad, de obtener información relevante para el objeto de estudio que será para el plan estratégico de la Compañía, por ello se utilizó la muestra por criterio por que la población es pequeña.

CAPÍTULO III
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN

Título 1.- Asamblea General de los Accionistas de la Cía “UNICHOPEN”.

Cuadro 1.

GUÍA DE OBSERVACIÓN

OBSERVACIÓN: A los Socios de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.			
DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	TOTALES	
	DE OBSERVACIONES		
Participación de los accionistas		F	%
	Individual	59	49%
	Colectiva	35	29%
	Obligatoria	15	13%
	Pasiva	11	9%
TOTAL		120	100%

Fuente: Observación en la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera

Del análisis del cuadro 1, podemos observar que del total de socios solo el 49% tiene una participación individual en manifestar sus criterios, opiniones e inquietudes sobre los temas relacionado en la asamblea.

El 29% tiene participación colectiva es decir, se conforman pequeños grupos quienes tienen mayor participación que el resto de los accionistas.

El 13% representa obligatoriedad al exponer sus criterios y opiniones, es decir son los accionistas que hacen uso de la palabra cuando se los nombra.

El 9% de accionistas restantes tiene una participación pasiva, es decir solamente hacen acto de presencia para cumplir con la asistencia y presencia.

Título 2.- Asamblea General de los Accionistas de la Cía “UNICHOPEN”.

Cuadro 2.

GUÍA DE OBSERVACIÓN

OBSERVACIÓN:A los Socios de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN			
DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES DE OBSERVACIONES	TOTALES	
Tema a tratar de los directivos		F	%
	Beneficio	45	38%
	Seguridad	20	17%
	Actividades	25	21%
	Aporte de los Accionistas	30	25%
TOTAL		120	100%

Fuente: Observación en la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Del cuadro 2, podemos apreciar que de los temas tratados de los directivos el 38% representa beneficios para los accionistas que son de mayor interés en la compañía.

El 17% de los temas tratados corresponde a la seguridad tanto individual como colectiva y también a la ciudadanía que se beneficia con el servicio que da la compañía en la Provincia de Santa Elena.

El 21% representa las actividades varias en las cuales están relacionadas con los diversos temas que los directivos sugieren que son de mucha importancia y que requiere ser tratados en las reuniones de accionistas.

El 25% indica el informe de cada accionistas aporta con la cantidad que deben entregar de acuerdo a lo establecido en las asambleas en las cuales siempre habrá una variación de ingresos por qué no todos los socios aportan con la mismas cantidad por diferentes motivos.

Título 3.- Ambiente de Trabajo de los trabajadores de la Cía UNICHOPEN.

Cuadro 3.

GUÍA DE OBSERVACIÓN

OBSERVACIÓN: A los Trabajadores de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.			
DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	TOTALES	
	DE OBSERVACIONES	F	%
El Sistema de Información de la Compañía	Excelente	1	25%
	Muy Bueno	2	50%
	Bueno	1	25%
	Regular	0	0%
	TOTAL	4	100%

Fuente: Observación en la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

En el cuadro 3, deducimos que el 25% representa que el sistema de información y comunicación entre directivos, socios y usuarios es excelente es decir que recién empieza a utilizarse el sistema de tecnología moderna y que en lo sucesivo se irá incrementando.

El 50% indica muy bueno es decir se están desarrollando las tareas que han sido asignados a todos los empleados de la compañía en forma óptica demostrando sus conocimientos y habilidades en el manejo de la comunicación y de la información para el beneficio de quienes hacen la compañía.

El 25% indica que todavía el sistema de comunicación y de información es buena ya que se están realizando los cambios respectivos para el mejoramiento de todo el sistema de la compañía.

Título 4.- Atención al Cliente a través de las unidades de la Compañía.

Cuadro 4.

GUÍA DE OBSERVCIÓN

OBSERVACIÓN:A los Trabajadores de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.			
DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	TOTALES	
	DE OBSERVACIONES		
Atención al cliente		F	%
	Excelente	1	25%
	Muy Bueno	2	50%
	Bueno	1	25%
	Regular	0	0%
TOTAL		4	100%

Fuente: Observación en la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

El 25% representa un excelente servicio debido a que solamente hay muy pocas unidades modernas y tanto los accionistas como quienes conducen las unidades son de mucha experiencia en dar este servicio, por lo que la ciudadanía ha dado prioridad en el uso de esta compañía.

El 50% nos indica que las unidades y quienes los conducen y dan el servicio de transporte de taxis es muy bueno ya que son seleccionado entre muchos candidatos solo ingresan los mejores.

El 25% demuestra que el servicio es bueno en la atención que dan a los usuarios por parte de los socios de la compañía, de tal manera que a pesar que sus unidades son tan buenas como las primeras se esmeran por dar un buen trato a las personas hasta poder cambiar el tipo de unidades.

3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Título 1.- Dispone de un plan estratégico que le facilite su accionar la Cía.

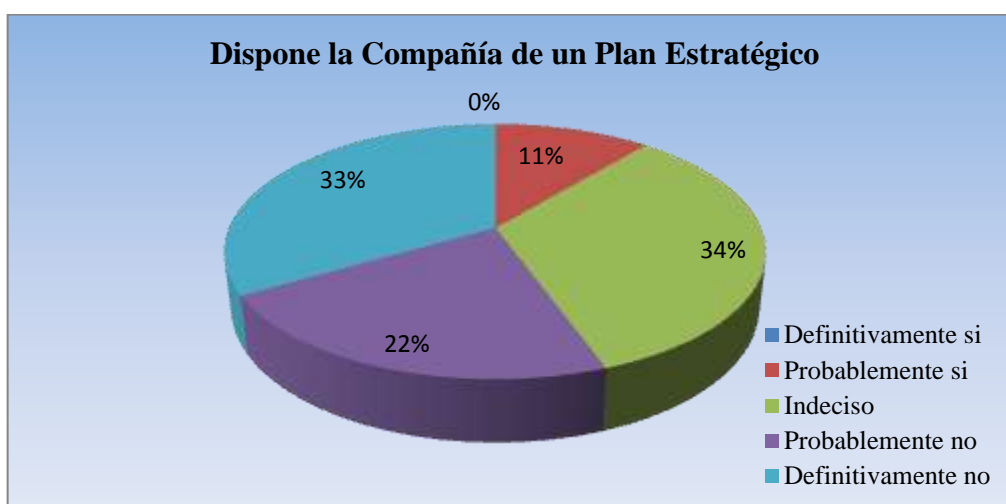
Tabla 1.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Definitivamente si	0	0%
4	Probablemente si	1	11%
3	Indeciso	3	34%
2	Probablemente no	2	22%
1	Definitivamente no	3	33%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 1.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se puede observar en el gráfico 1, que de los directivos solo el 11% representa que probablemente si cuenta con un plan estratégico la organización, mientras que el 34% se encuentra indeciso en el desarrollo de un plan estratégico, porque existe mucha duda, por otra parte el 22% manifiestan que probablemente no exista un plan estratégico y por último el 33% dijeron que definitivamente no existe un plan estratégico de la compañía, por lo que luego de la entrevista con el grupo completo de directivos supieron manifestar que es necesario tener un plan estratégico.

Título 2.- Al realizar un plan estratégico alcanzará el desarrollo de la Cía.

Tabla 2.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Mayor orientación	3	34%
4	Eficiente toma de decisiones	2	22%
3	Mejor direccionamiento	2	22%
2	Obtener una visión compartida	1	11%
1	Trabajando con instituciones	1	11%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 2.



Fuente: Entrevista a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se observa en el gráfico 2, referente a que sí con el plan estratégico se puede alcanzar el desarrollo, se desprende que el 34% manifestaron que habrá mayor orientación al realizar este plan, por otra parte el 22% opinaron que existirá una ayuda para una eficiente toma de decisiones al realizar las diferentes actividades, lo que nos dio un 56% que nos permitirá alcanzar el desarrollo y progreso de la compañía, mientras que el 22% expresaron que se logrará un mejor direccionamiento de la empresa, también el 11% supo exponer que se obtendrá una visión compartida dentro de la institución, y por último el 11% respondió trabajar con otras instituciones para el bien de la entidad, ya que con la elaboración y aplicación del plan la compañía tendrá una mayor ventaja con respecto a otras instituciones que realicen de la misma actividad.

Título 3.- La comunicación con los integrantes de la compañía es.

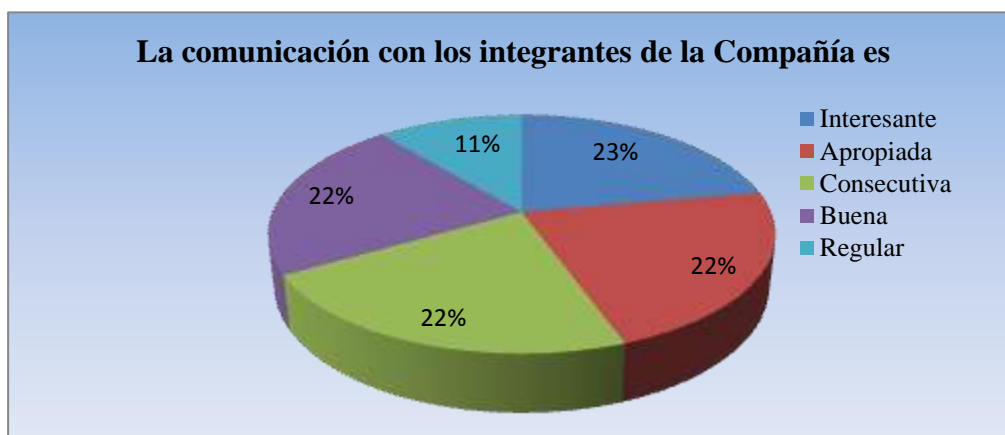
Tabla 3

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Interesante	2	23%
4	Apropiada	2	22%
3	Consecutiva	2	22%
2	Buena	2	22%
1	Regular	1	11%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 3.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Del gráfico 3, que se refiere a la comunicación se determinó que el 23% expresaron que es muy interesante la comunicación que existe con los directivos de la compañía; por otra parte el 22% opinaron apropiada la comunicación con los compañeros por que los temas son de mucho beneficio para todos, y de lo cual dio que el 45% manifiesta que la comunicación con los directivos es muy acorde con los temas que trata la empresa, mientras que el 22% manifestaron que la comunicación es consecutiva que si da inmediatamente cuando se presenta algo relacionado a la organización, el 22% supieron exponer que la comunicación es buena y el 11% manifestó que la comunicación es regular esto se debe a que son socios nuevos y de poca experiencia. Del análisis anterior se deduce que el plan estratégico ayudará mucho en este tipo de actividad.

Título 4.- Qué tipos de servicios brinda la compañía a través de su unidad.

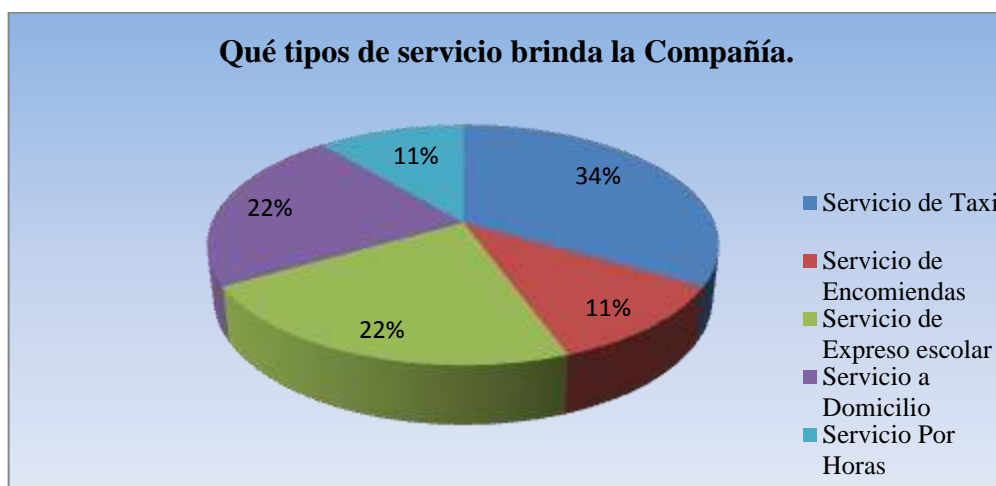
Tabla 4.

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Servicio de Taxi	3	34%
4	Servicio de Encomiendas	1	11%
3	Servicio de Expreso escolar	2	22%
2	Servicio a Domicilio	2	22%
1	Servicio Por Horas	1	11%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 4.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se observa en el gráfico 4, los directivos supieron manifestar que el 34% brinda el servicio de taxi a través de sus unidades; por otra parte el 11% supo manifestar que el servicio es de encomiendas; por otra parte el 22% expresaron servicio de expreso escolar, mientras que el 22% expusieron que dan servicio a domicilio a través de una llamada telefónica, y por último el 11% expresaron servicio por horas cuando un cliente le urge un vehículo que le realice algunos recorridos en los sectores de la Provincia, del análisis anterior obtenemos como resultado que la compañía lo que más da es servicio de taxis dentro de la Provincia de Santa Elena y fuera de ella.

Título 5.- La atención al cliente es lo primero en la cultura organizacional.

Tabla 5.

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Muy de acuerdo	3	34%
4	De acuerdo	3	33%
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	22%
2	En desacuerdo	1	11%
1	Muy en desacuerdo	0	0%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 5.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se observa en el gráfico 5, se determina que; el 34% manifestaron estar en muy de acuerdo en la atención al cliente; por otra, el 33% expresaron estar de acuerdo con la atención al cliente dando un total entre estos dos grupos que el 67% están identificados en lo que primero es la atención al cliente, mientras que 22% respondieron ni de acuerdo, ni en desacuerdo en la atender a los clientes, y por último el 11% opinaron en desacuerdo en la atención al cliente, por lo que la directiva debe preocuparse en que esos porcentajes disminuya, ya que la compañía fue creada para dar atención al cliente.

Título 6.- Aplicar estrategias la sociedad conocerá la existencia de la cía.

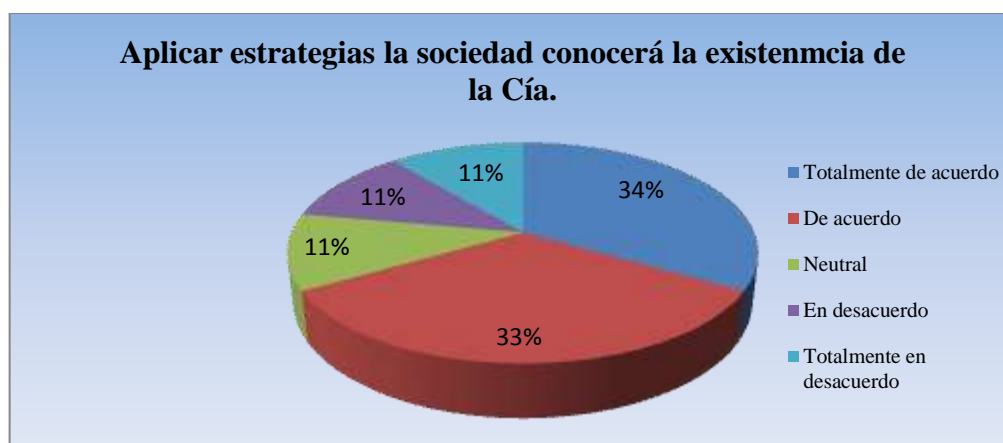
Tabla 6.

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Totalmente de acuerdo	3	34%
4	De acuerdo	3	33%
3	Neutral	1	11%
2	En desacuerdo	1	11%
1	Totalmente en desacuerdo	1	11%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 6.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se observa en el gráfico 6, los directivos manifestaron que el 34% están totalmente de acuerdo en aplicar estrategias para que la comunidad conozca la compañía, mientras que el 33% expresaron de acuerdo en realizar las estrategias para bien de la entidad que será de ayuda en las actividades, dando como resultado de 67% esto indica que es conveniente que la organización tenga plasmado estrategias que serán de gran valor para la elaboración y aplicación de ellas; por otra parte el 17% opinaron neutral es decir, dudan en realizar las estrategias, el 8% respondieron en desacuerdo que se ejecuten estrategias, y por último el 8% expresaron totalmente en desacuerdo en las estrategias que desean aplicar, por lo general la compañía debe efectuar estrategias para que la compañía progrese y que la ciudadanía tenga más conocimiento de lo que brinda esta institución.

Título 7.- Qué tipo de estrategias ejecutará para una excelente planificación.

Tabla 7.

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Cambio	3	34%
4	Crecimiento	2	22%
3	Integración	1	11%
2	Competitivas	1	11%
1	Liderazgo	2	22%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 7.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se demuestra en el gráfico 7, la directiva manifestó que el 34% que debe existir un cambio total para el bien de la compañía que le permitirá rehacer ciertos ajustes en sus tareas que desarrolla; por otra parte el 22% expresaron crecimiento que debe tener la institución para que crezca de una manera eficiente y que las actividades que se desarrollan sea para el bienestar de la entidad, dando como resultado que el 56% es bueno que la organización tenga estrategias para el bien de la misma, mientras que el 11% opinaron integración que permite que los miembros de la compañía permanezcan integrados, el 11% respondieron que sean competitivas para enfrentarse a otras entidades que brindan el mismo servicio, y por último el 22% expusieron que exista liderazgo que deben tener los directivos al momento de llevar a cabo las actividades, que desean ejecutar para el bien de la asociación de tal manera que venga el progreso y bienestar de todos.

Título 8.- Al desarrollar proyectos de capacitación asumirán riesgos.

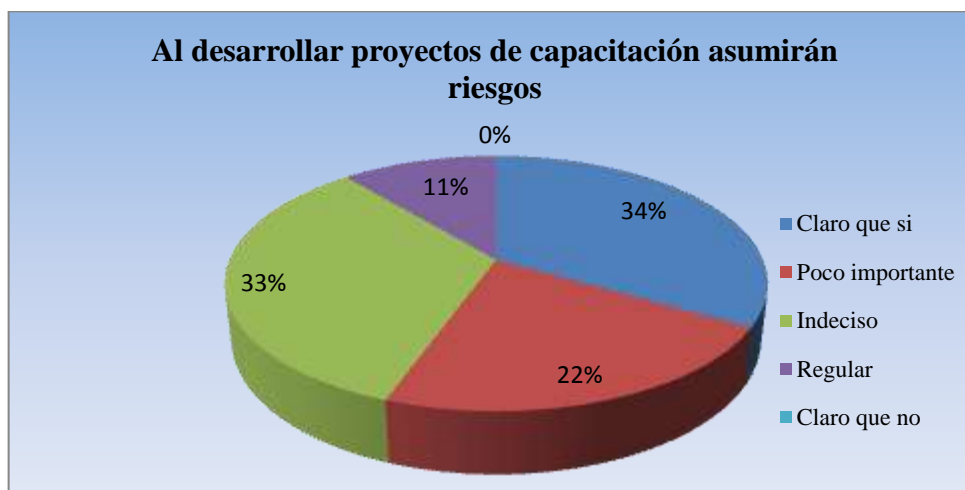
Tabla 8.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Claro que si	3	34%
4	Poco importante	2	22%
3	Indeciso	3	33%
2	Regular	1	11%
1	Claro que no	0	0%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 8.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se puede observar en el gráfico, la directiva manifestó que el 34% está claro que si debe existir los proyectos de capacitaciones, mientras que el 22% opinaron que poco importante al desarrollar proyectos capacitaciones para el beneficio de la compañía, dando como resultado que el 56% está interesado en que exista proyectos de capacitación y por otra parte el 33% expresaron estar indecisos en que se efectúen tareas de capacitación que asumirán riesgos y por último el 11% respondieron regular que se den proyectos para capacitar a los socios ya que contraen riesgo, para lo cual la directiva debe tomar la decisión de asumir riesgos y ejecutar los proyectos de capacitación que mejorarán el desenvolvimiento para sus accionistas.

Título 9.- Qué tipo de capacitación ha recibido usted, por parte de la Cía.

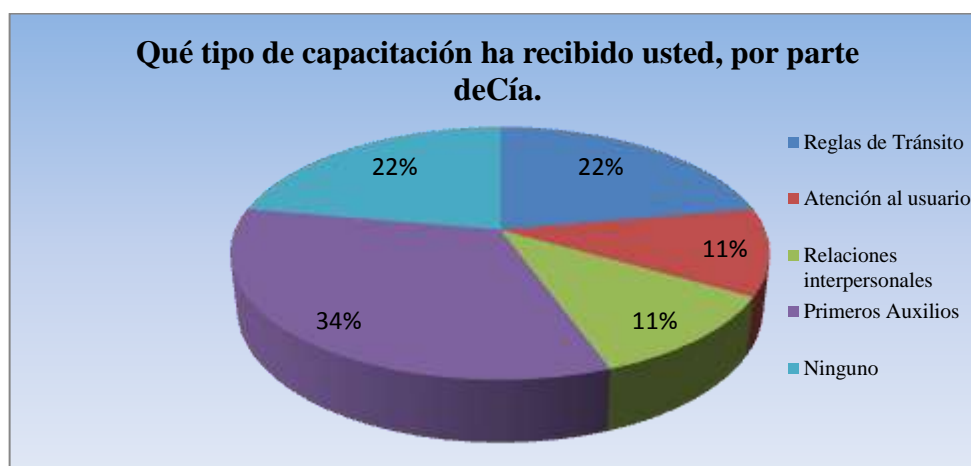
Tabla 9.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Reglas de Tránsito	2	22%
4	Atención al usuario	1	11%
3	Relaciones interpersonales	1	11%
2	Primeros Auxilios	3	33%
1	Ninguno	2	22%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 9.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

En el gráfico 9, se determinó que el 22% expresaron que han recibido conferencia y charlas con respecto a las últimas reglas de tránsito vigentes, mientras que el 11% manifestaron haber tenido capacitación de atención al usuario, el 11% indicaron haber recibido capacitación en relaciones interpersonales; y por otra el 34% declararon haber realizado capacitación de primeros auxilios, y por último 22% expusieron que no recibieron ningún tipo de capacitación por parte de la compañía. Como se puede observar que el 78% sí recibió algún tipo de capacitación ya sea tanto para atención al cliente como para conocimiento propio y para los accionistas.

Título 10.- En qué considera que deben utilizar los recursos de la Cía.

Tabla 10.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Desarrollo de proyectos	4	44%
4	Planificación y coordinación	2	22%
3	Vinculación con otras compañías	1	11%
2	Direccionada a un solo objetivo	1	11%
1	Trabajo en equipo	1	11%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera

Gráfico 10.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se puede observar en el gráfico, la directiva expresaron que el 45% están de acuerdo en desarrollar proyectos para el beneficio de la entidad, mientras que el 22% expresaron utilizar en la planificación y coordinación en la empresa; por otra parte el 22% expusieron vinculación con otras compañías para el beneficio y el éxito de la misma, de igual forma un 11% opinaron direccionar a un solo objetivo, y por último el 11% estimaron trabajo en equipo por lo que de todo el análisis anterior se desprende que debe utilizar los recursos en todos los proyectos que se han establecido en la compañía para que exista un mayor crecimiento y desarrollo de la misma haciéndola diferente de las otras compañías que realizan el mismo servicio.

Título 11. Para qué se diseña un Plan Estratégico en la Compañía.

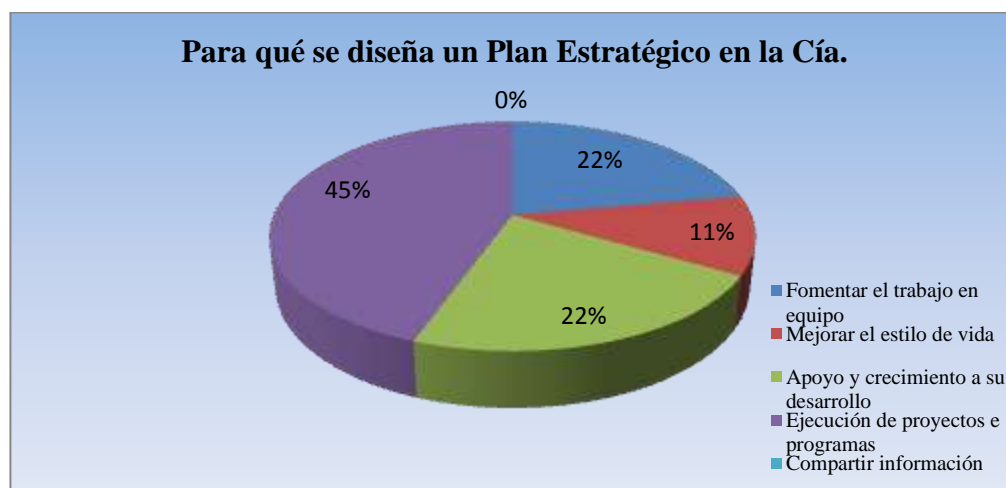
Tabla 11.

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Fomentar el trabajo en equipo	2	22%
4	Mejorar el estilo de vida	1	11%
3	Apoyo y crecimiento a su desarrollo	2	22%
2	Ejecución de proyectos e programas	4	44%
1	Compartir información	0	0%
	TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera

Gráfico 11.



Fuente: Entrevistas a los Directivos de la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se puede observar en el gráfico, se determinó que el 22% opinaron en fomentar el trabajo en equipo dentro y fuera de la compañía, mientras que el 11% manifestaron en mejorar el estilo de vida que tienen los directivos y los accionistas, mientras que el 22% expusieron en que exista un apoyo y crecimiento a su desarrollo que lograra crecer aún más la compañías para el beneficio de los accionistas, y por otra parte el 45% expresaron en que se ejecuten los proyectos y programas establecidos para que la institución se fortalezca. Por lo que es muy indispensable en diseñar un plan estratégico para que todos los objetivos establecidos se cumplan y se desarrolle de manera eficiente.

3.3. Análisis de los Resultados de la Encuesta

Título 1.- Misión Institucional de la Compañía de Transporte UNICHOPEN.

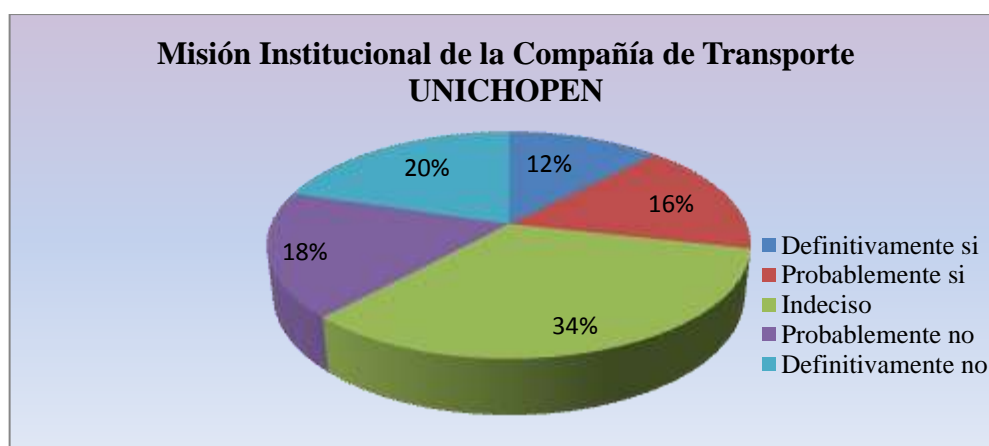
Tabla 1.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Definitivamente si	15	12%
4	Probablemente si	20	16%
3	Indeciso	41	33%
2	Probablemente no	22	18%
1	Definitivamente no	25	20%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 1.



Fuente: Encuestas a los Accionistas

Elaborado por: Evelia Panchana Vera

Como podemos apreciar en el gráfico adjunto, los accionistas indican que el 12% definitivamente si saben de la misión institucional de la compañía, mientras que el 16% contestaron que probablemente si existe, el 34% de los encuestados se encuentra indeciso de que la institución tenga una misión institucional, por otra parte el 18% expresan que probablemente no exista la misión de la compañía, y por último el 20% definitivamente no conocen la misión institucional de la compañía, por lo que se puede apreciar que solo el 28% conoce de la misión de la compañía para lo cual la directiva se ha propuesto hacerlo conocer resto tanto de directivo como de accionistas.

Título 2.- Los Integrantes de la Compañía aplican valores institucionales.

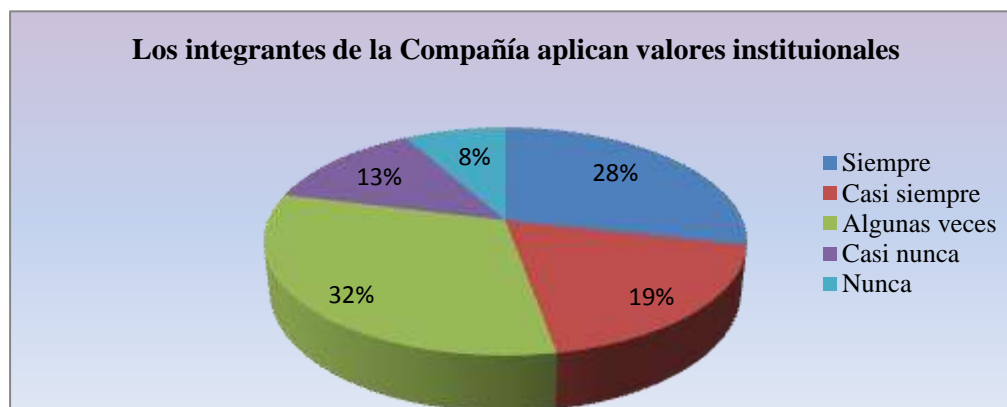
Tabla 2.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Siempre	35	28%
4	Casi siempre	23	19%
3	Algunas veces	39	32%
2	Casi nunca	16	13%
1	Nunca	10	8%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 2.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Se estableció que el 28% de los encuestados siempre aplican los valores institucionales, además el 19% contestaron casi siempre cumplen con los valores institucionales de la compañía, , por otra parte el 32% respondieron algunas veces, cumplen con los valores que ésta impone, el 13% declararon que casi nunca cumplen los valores que la organización tienen para los socios y por último el 8% de los encuestados expresan que nunca aplican los valores institucionales, por lo anterior el 79% por lo general cumple con los valores que establece la compañía. La directiva se ha propuesto que tanto directivos y como accionista apliquen los valores institucionales para los cuales están estableciendo en cada asamblea lo que se debe realizar para el beneficio de todos.

Título 3.- Matriz FODA de la Compañía de Transporte UNICHOPEN.

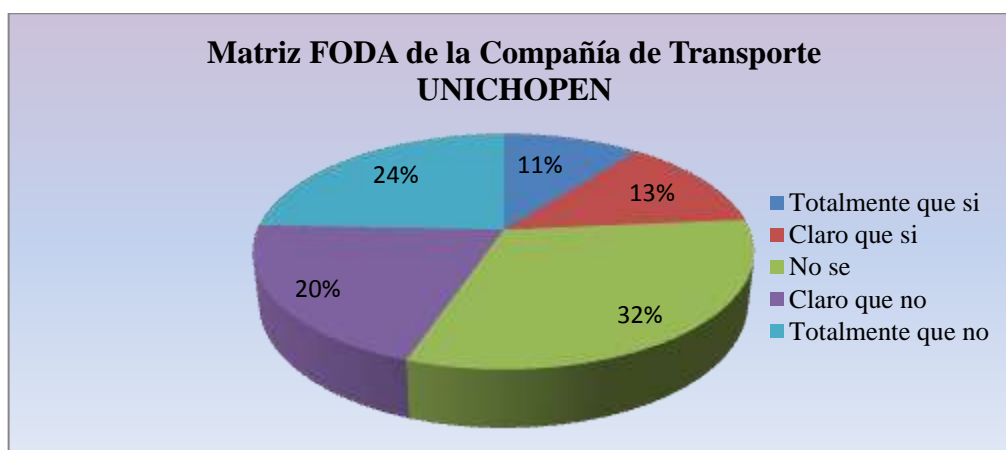
Tabla 3.

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Totalmente que si	13	11%
4	Claro que si	16	13%
3	No se	39	32%
2	Claro que no	25	20%
1	Totalmente que no	30	24%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 3.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como podemos apreciar en el gráfico adjunto que el 11% representa que totalmente que si tiene establecido su Foda la compañía, mientras que el 13% representa que claro que si cuenta con la matriz, lo que nos proporcionó 24% que si hay una matriz, además el 32% representa a que los accionistas manifestaron no sé si la institución tenga una matriz Foda que le permitan analizar las fortaleza, por otra parte el 20% dijeron que claro que no dispone con una matriz Foda la compañía y por último el 24% representa que los accionista optaron que totalmente no poseen con una matriz Foda la organización, es factible que la compañía tenga una matriz Foda en donde observe y analice bien su entorno como son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Título 4.- La Compañía UNICHOPEN, dispone de estrategias institucionales.

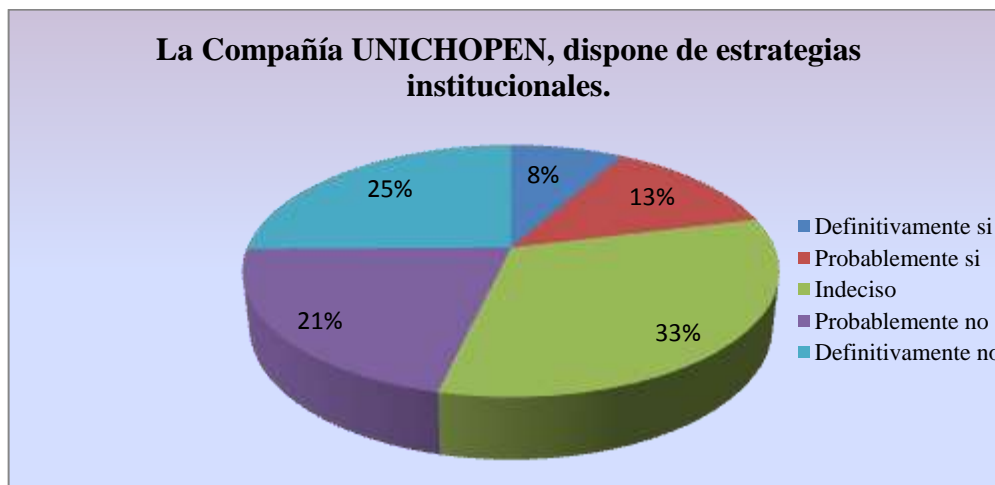
Tabla 4.

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Definitivamente si	10	8%
4	Probablemente si	16	13%
3	Indeciso	40	33%
2	Probablemente no	26	21%
1	Definitivamente no	31	25%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 4.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como podemos apreciar en el gráfico que el 8% representa que si tienen plasmado estrategias para el bien de la institución, mientras que el 13% optaron que probablemente si cuenta con estrategia, dando como resultado que 21% que realmente si posee estrategias la compañía, por otra parte el 33% mostraron un indeciso de que la institución cuente con estrategias disponible, el 21% de los encuestados nos dijeron que probablemente no tengan estrategias disponibles para la compañía, y por último el 25% optaron que definitivamente no dispone de estrategias la compañía, es conveniente que la organización establezca estrategias que le permita utilizarlas para el bien y desarrollo de las actividades que realizan.

Título 5.- Políticas de la Compañía de Transporte UNICHOPEN.

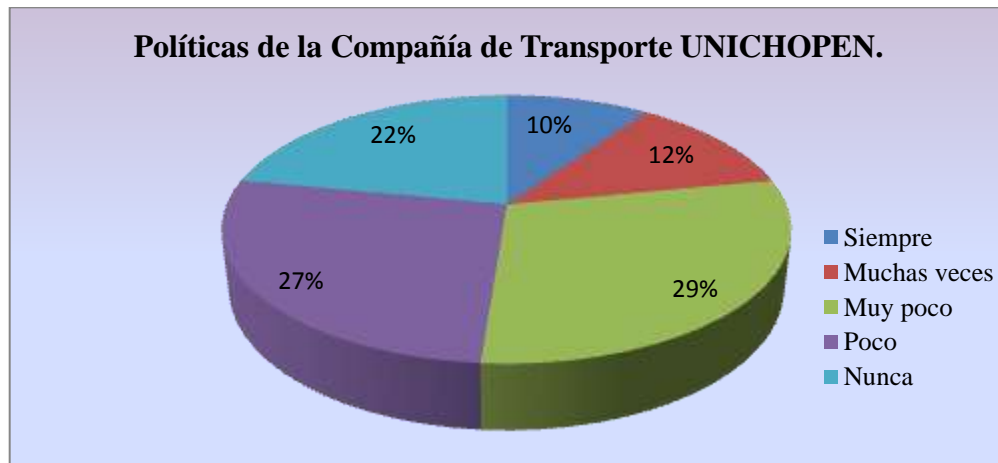
Tabla 5.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Siempre	12	10%
4	Muchas veces	15	12%
3	Muy poco	36	29%
2	Poco	33	27%
1	Nunca	27	22%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 5.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Se determinó que el 10% de la muestra porcentual encuestada optaron que siempre han socializado las políticas de la compañía, por otra parte el 12% dijeron que muchas veces si analizan las políticas con los integrantes, dando como resultado 22% que realmente si imparten las políticas que tiene la organización, mientras que el 29% representa un indeciso de que más o menos han socializado las políticas, además el 27% dijeron que probablemente no socializan las políticas con los colegas de trabajo y el último 22% representa que nunca se da a conocer las políticas con los demás accionistas de la compañía. Por lo que es bueno que socialicen opinen y establezca las políticas que debe tener la compañía para el bien el progreso de la misma.

Título 6.- Proyectos de la Compañía para beneficio de la Institución.

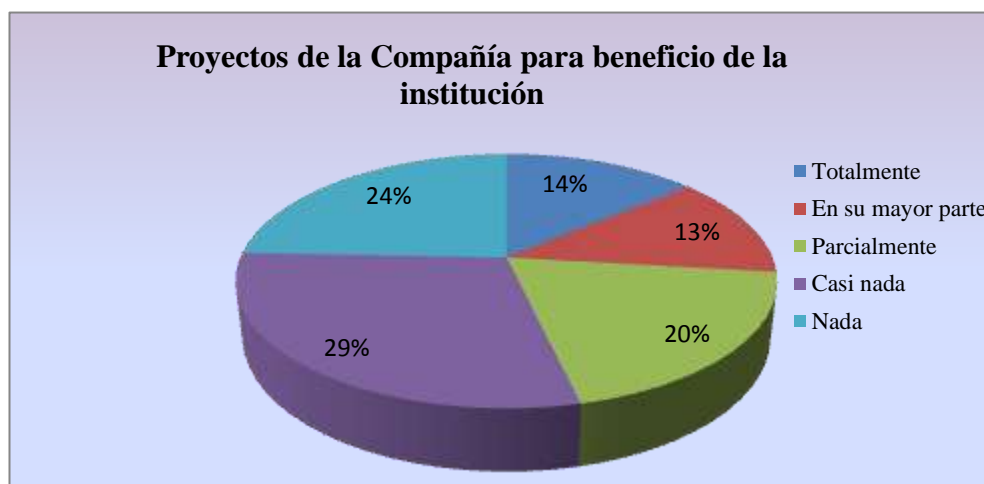
Tabla 6.

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Totalmente	17	14%
4	En su mayor parte	16	13%
3	Parcialmente	24	20%
2	Casi nada	36	29%
1	Nada	30	24%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 6.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como podemos apreciar en el gráfico que el 14% de los encuestados representa que totalmente si desarrollan proyecto, mientras que el 13% optaron que en su mayor parte la compañía plasman proyectos, dando como resultado 27% que si ejecutan planes para el bien de la misma, por otra parte el 20% contestaron que parcialmente planifican, el 29% dijeron que casi nada de proyectos labora la organización y por último el 24% afirmaron que no existen planes que hayan realizado los directivos de la entidad, por lo que es necesario que la compañía realice proyectos para el bienestar de la institución como, así también dar a conocer a los accionistas ya que esto le permitirá desarrollarse aún más en el campo competitivo que viven actualmente.

Título 7.- La Compañía UNICHOPEN, cuenta con un plan estratégico.

Tabla 7.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Definitivamente si	11	9%
4	Probablemente si	9	7%
3	Indeciso	29	24%
2	Probablemente no	25	28%
1	Definitivamente no	39	32%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico7.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Se determinó que el 9% representa que definitivamente si cuenta con un plan estratégico la institución, mientras que el 7% representa que probablemente si posee un plan estratégico, dando como resultado del 16% que si posee un plan estratégico para el bienestar de la compañía, por otra parte el 24% manifiestan estar en indecisión(en que si y en que no) exista un plan estratégico, el 28% representa que probablemente no cuenta con un plan para el desarrollo de las actividades, por último el 32% representa que definitivamente no cuenta con un plan estratégico la institución, lo que es necesario que debe disponer de un plan estratégico para el direccionamiento de la compañía de esta manera lleve bien sus actividades eficientemente.

Título 8.- Control de las actividades de la Compañía UNICHOPEN.

Tabla8.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Con frecuencia	18	15%
4	Siempre	12	10%
3	Muy Poco	35	28%
2	Poco	28	23%
1	Nada	30	24%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico8.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se aprecia en el gráfico el 15% representa que con frecuencia si realiza controles de las actividades que se están realizando, por otra parte el 10% de los encuestados respondieron siempre están verificando las operaciones que desarrolla la institución, el 28% de los encuestados optaron por muy poco se está manejando bien las tareas de la entidad, mientras que el 23% representa poco se están llevando una respectiva revisión en las actividades que se están ejecutando, y por último el 24% representa nada que realizan un control y seguimiento de las actividades, de lo anterior tenemos como resultado de que si se realiza un control de las actividades ya sea en mayor o menor grado.

Título 9.- Información completa a los accionistas asuntos de la Cía.

Tabla 9.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Siempre	16	13%
4	Casi siempre	23	19%
3	Alguna veces	25	20%
2	Casi nunca	31	25%
1	Nunca	28	23%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 9.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se puede apreciar el gráfico el 13% representa que siempre se dan a conocer los informe en cada asamblea, mientras que el 19% representa que casi siempre reciben toda la información como es debida, dando como resultado un 32% de los detalles que presenta la entidad, por otra parte el 20% representa que algunas veces dan reporte de los asuntos que se van a tratar en la junta, el 25% representa que casi nunca presentan las informaciones a los accionistas en cada reunión, y por último el 23% representa que nunca dan a saber lo que realiza la compañía, por lo que es necesario que los directivos deben detallar los asuntos a tratar en cada asamblea para dar a conocer a los accionistas para que estén bien informados de lo que sucede en la misma.

Título 10.- Beneficios y ayuda social para accionistas de la Cía UNICHOPEN.

Tabla 10.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Totalmente	25	20%
4	En su mayor parte	23	19%
3	Parcialmente	24	20%
2	Casi nada	30	24%
1	Nada	21	17%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 10.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Se estableció que el 20% representa totalmente si colabora la institución para sus accionistas a través de los beneficios que tiene aportado cada uno de ellos, por otra parte el 19% representa que en su mayor parte si apoya a sus accionistas, dando como resultado 39% que la entidad coopera con sus colegas, mientras que el 20% manifiestan parcialmente que sí ayuda a los socios en caso que se le presente, el 24% de los encuestados representa que casi nada colabora a sus integrantes de la institución, y por último el 17% que no les da nada lo que la compañía debería darles Es necesario que la compañía les brinde ayuda a sus futuros colegas en caso de emergencia para el bien de ellos que es lo primordial para una organización.

Título 11.- Requisitos de organización de la Compañía UNICHOPEN.

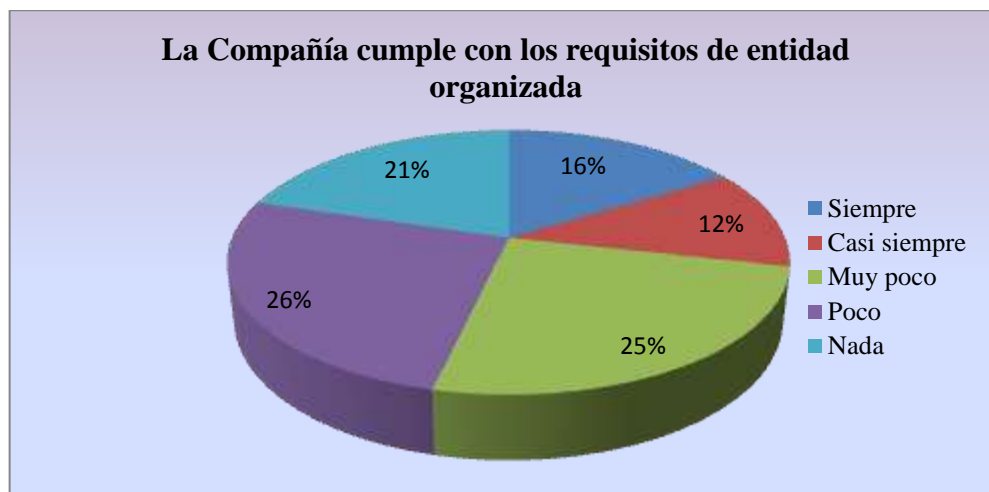
Tabla 11.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Siempre	20	16%
4	Casi siempre	15	12%
3	Muy poco	31	25%
2	Poco	32	26%
1	Nada	25	20%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico11.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Se puede observar en el gráfico que el 16% representa que siempre la compañía está debidamente organizada, 12% de los encuestados respondieron que casi siempre cumple con las condiciones legales para el desarrollo de la misma, dando como resultado 28% que la entidad está agilizando rápido los tramites, por otra parte el 25% representa muy poco la institución cumple con los requisitos, mientras que el 26% representa que poco cumple con los requisitos la organización, y por último el 20% representa que no cumplen nada, por ello es necesario que la institución cuenten con los reglamentos legales debidamente constituido que es para el bien de la misma y quienes la conforman.

Título 12.- Alternativas de mejoramiento económico interno de la Compañía.

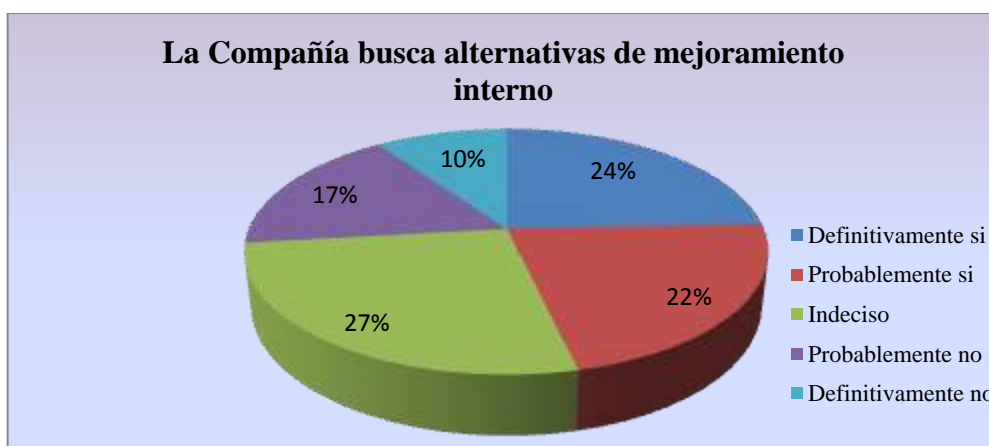
Tabla 12.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Definitivamente si	30	24%
4	Probablemente si	27	22%
3	Indeciso	33	27%
2	Probablemente no	21	17%
1	Definitivamente no	12	10%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 12.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Se estableció que el 24% representa que definitivamente si la compañía busca alternativas económicas para el bien de la misma, por otra parte el 22% representa que la entidad probablemente si cuenta con alternativas, dando como resultado 46% que significa que la compañía busca desarrollarse y prosperar, el 27% manifiestan que están en indeciso en que traten de buscar un mejoramiento interno, mientras que el 17% representa que probablemente no trata de prosperar la organización, y por último el 10% representa que definitivamente no busca progresar internamente, por ello es necesario que busque solución de avanzar la institución con el apoyo de los accionistas y buscar otras alternativas que serán beneficio para la Institución.

Título 13.- Servicio que presta la Compañía UNICHOPEN a sus clientes.

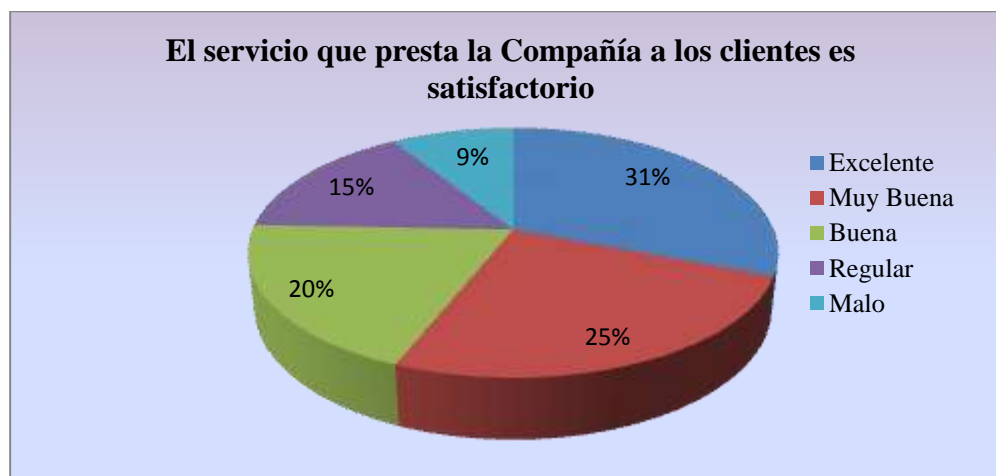
Tabla 13.

N°	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Excelente	38	31%
4	Muy Buena	31	25%
3	Buena	24	20%
2	Regular	19	15%
1	Malo	11	9%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 13.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se aprecia en el gráfico el 31% manifestaron excelente es el servicio que presta a los usuario es satisfactorio, por otra parte el 25% representa muy buena es la atención del servicio que se le ofrece al usuario, dando como resultado el 56% que son satisfactorio el servicio, el 20% representa bueno el servicio que se les otorga a la ciudadanía y público general, mientras que el 15% indicaron regular en cuanto al servicio ya que hay ciertas irregularidades que se les dan a los clientes y por último el 9% refleja malo ya que las unidades están en mal estado o el trato de los choferes es pésima, por ello es necesario que las unidades de la compañía den un buen trato al cliente para que se sientas bien cómodas durante el viaje.

Título 14.- Participación de la Cía. UNICHOPEN con los gremios de taxistas.

Tabla 14.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Siempre	45	37%
4	Casi siempre	34	28%
3	Alguna veces	22	18%
2	Casi nunca	12	10%
1	Nunca	10	8%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 14.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Se determinó que el 36% representa siempre participa la compañía a las reuniones de otras organizaciones de taxis, por otra parte el 28% representa que casi siempre concurre la compañía a los eventos de taxistas, dando como resultado 64% representa que la entidad asiste a las reuniones, el 18% de los encuestados manifestaron algunas veces asiste a las concentraciones de taxistas de la Provincia, mientras que el 10% representa que casi nunca la organización se presenta en los eventos que realizan los gremios de taxistas, y por último el 8% representa nunca acude a las agrupaciones de otras entidades de taxis, es necesario que estén presente en los eventos para que conozcan y se relacionen con otras instituciones para que intercambien palabras pare el bien de las compañías.

Título 15.- Relación interpersonal entre compañeros de la Cía UNICHOPEN.

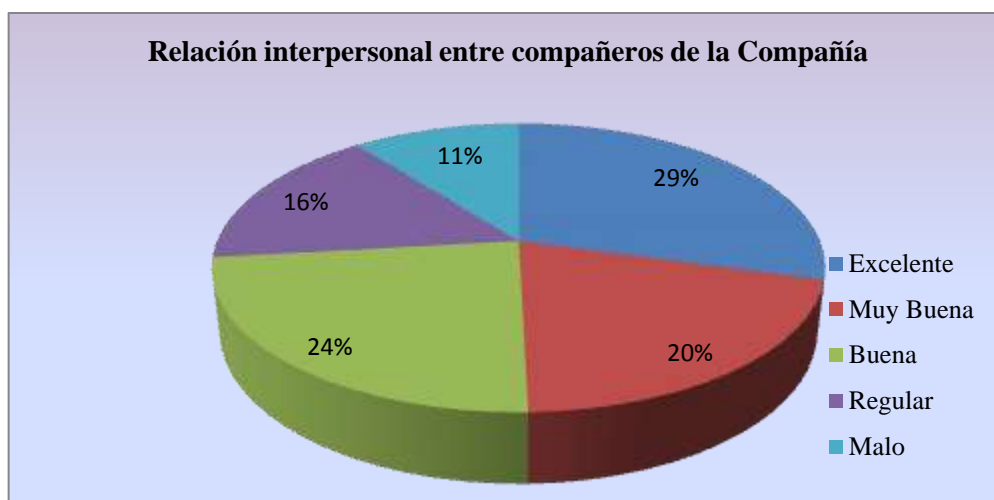
Tabla 15.

Nº	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	%
5	Excelente	36	29%
4	Muy Buena	25	20%
3	Buena	29	24%
2	Regular	20	16%
1	Malo	13	11%
	TOTAL	123	100%

Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Gráfico 15.



Fuente: Encuestas a los Accionistas.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Como se puede observar en el gráfico el 29% representa hay un excelente diálogo con los compañeros de trabajo, mientras que el 20% representa muy buena comunicación con sus colegas del volante, dando como resultado 49% que si se llevan de lo mejor con los demás socios de la compañías, por otra parte el 24% expresaron una buena relación con los accionistas de la institución, el 16% representa regular que si imparten conversa con los socios de trabajo y por último el 11% representa malo que no existe un trato adecuado con los demás accionistas que no se acoplan, por ello es necesario que los integrantes de la compañía deben relacionarse esto le permitirá, dialogar lo que sucede con la institución de manera poder ayudar a mejorarla.

3.4. CONCLUSIONES

- 1.** En la Compañía el nivel de direccionamiento administrativos de parte de los directivos es deficiente, porque no existe una coordinación entre ellos y lo que se expone ante la asamblea general esto ocasiona que a veces no llegan a un acuerdo en la asamblea.
- 2.** Existe poco control con respecto a las actividades que se realizan, debido a diferentes factores sean estos internos o externos, esto ocasiona que toda la información obtenida se desvarié por los problemas que se presentan.
- 3.** La Compañía de Transporte de taxis, no cuenta con proyectos, programas para el bienestar de los accionistas, directivos, colaboradores y de la misma esto ocasiona que no va progresando Compañía como es correcto.
- 4.** Los recursos que posee la Compañía, no están siendo debidamente administrados, todo indica que ha existido una descoordinación y poca información en el trabajo que se está desempeñando.
- 5.** La compañía le falta estrategia para ejecutar en la misma ya que solo tienen plasmado en forma empírica y no escrito en informe para que los accionistas y directivos conozcan.
- 6.** Las funciones se están desempeñando de forma descoordinada, debido al trabajo empírico que se realiza, esto indica que siempre se siguen a la misma rutina, de esa manera no superan como es debido para el bien de la compañía.

3.5. RECOMENDACIONES

- 1.** Los directivos de la Compañía deben realizar las reuniones de forma coordinada y que los informes se lo realicen en forma escritas para que quede en constancia de las actividades, que han desarrollado en todo su período del año.
- 2.** Es necesario que todos los directivos, colaboradores y accionistas trabajen en equipo para solucionar los problemas que se presentan de esta forma se desarrollara bien las actividades de la compañía.
- 3.** Se debe diseñar proyectos, programas para el desarrollo de la Compañía por medio de aquello, ayudará a mejorará cada día más la entidad en la que estará, involucrados todos los que conforman la organización para el bienestar de ellos.
- 4.** Que exista una buena planificación en las actividades que se están desarrollando, en cuanto a los recursos que posee la organización para que aumente sus ingresos para el bien de todos lo que conforma la Compañía, logrando así una administración eficiente.
- 5.** Se deben realizar Estrategias de Desarrollo interno para la compañía de forma escrita, que servirá para todos los directivos y accionistas al momento de ejecutar alguna actividad que realizan.
- 6.** Las funciones respectivas de cada directivo de la compañía, deberán ser bien coordinadas, planificada sus actividades para el desarrollo eficiente de la organización.

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA "UNICHOPEN"



CAPÍTULO IV

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXIS CONVENCIONAL “UNICHOPEN”.

4.1. PRESENTACIÓN

El ser humano posee recursos y habilidades capaces de construir medios que faciliten su desempeño laboral social, económico y cultural que manifiestan una oportunidad para ejecutar funciones en beneficio mutuo. El servicio de taxis es otra forma de trasladarse de un lugar a otro. En general el servicio es bueno, las unidades son nuevas y los taxistas están dispuestos a ayudar a la ciudadanía en general.

En la actualidad la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, se dedica a la transportación de personas o bienes a los distintos lugares que tiene la Provincia de Santa Elena, con un crecimiento notorio y una gran participación del mercado dentro de la Provincia, motivo por el cual se hace necesario establecer un proceso administrativo puntual que permita, visualizar los resultados esperados.

La propuesta planteada es de diseñar un Plan Estratégico a la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, quien lleva 5 años de vida institucional, que sus instalaciones se encuentra en el Cantón La Libertad y la central de Radio en el mismo, con la finalidad que el plan permitirá, resolver los problemas que presenta la compañía, para lograr un bienestar y progreso de la institución.

El plan estratégico, permitirá orientar a los directivos y socios que conforman la compañía, en desarrollar eficientemente las actividades para beneficio de la entidad, en donde llevará un control y planificación de las actividades y recursos que posee, contar con políticas y que éstas sean cumplidas en su totalidad, valores institucionales, una misión, visión, objetivos que se puedan cumplir de manera eficiente para el desarrollo y progreso de la compañía.

Los directivos, accionistas y colaboradores deben trabajar en equipo para que fortalezcan sus conocimientos, capacidades y aporten con ideas innovadora en la ejecución del desarrollo del plan estratégico, que servirá de mucha ayuda para quienes conforman la compañía.

En la primera parte del presente documento, consta la estructura organizacional de la Compañía Unichopen, por otra parte se especifica la razón de ser la entidad, su Visión, Misión, Objetivos, Principios y Valores Corporativos. Estos puntos son de gran importancia porque refleja la imagen de la compañía, sus aspiraciones y sus deseos de alcanzar el éxito de ser una compañía reconocida en la Provincia de Santa Elena.

En la segunda parte se realiza el análisis F.O.D.A, para determinar los factores y situaciones que atraviesa la Compañía Unichopen, con el fin de buscar soluciones a los problemas encontrados, que servirán de gran ayuda para enfrentar algunos inconvenientes que tengan.

Así mismo, contienen las estrategias, programas, planes de acción, procedimientos y proyectos a implementar para llegar a la meta propuesta y luego se traduzcan en programas y proyectos. Por ello queda la gran tarea de ejecutar, el plan estratégico que beneficiaría a la compañía y sus accionistas por lo que, expresaron el apoyo y decisión en el desarrollo de este proyecto.

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas.

A continuación se presenta el organigrama de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN.



Fuente: De la Compañía.
Elaborado por: Evelia Panchana Vera

4.3. FILOSOFÍA

Tendrá como filosofía de servicio como calidad continua de mejoramiento de los procesos, con un equipo humano de colaboradores motivados con la disponibilidad y cordialidad para ofrecer a sus clientes, calidad de servicio de transportación, brindando confianza a sus clientes ofreciendo una atención de calidad, alineados a nuestro objetivo que está basado en un propósito participativo entre los accionistas y la ciudadanía, mediante políticas de servicio que tiene la compañía orientadas a la satisfacción de la población de la Provincia de Santa Elena.

4.4. VISIÓN

La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, presta el servicio de transporte a la ciudadanía en sus diferentes rutas y frecuencias garantizando e impulsando el desarrollo y fomentando la comunicación en forma continua y permanente con nuestros clientes que son las fuentes de trabajo, dando cobertura local y Provincial.

4.5. MISIÓN

Contribuir con calidad y solidaridad en el servicio de la población de la Provincia de Santa Elena, hace de nuestra compañía una institución confiable y comprometida con la sociedad.

4.6. OBJETIVOS

4.6.1. Objetivo General

Fortalecer a la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, del Cantón La Libertad, mediante estrategias que permitan enriquecer el nivel socioeconómico y transformarlas en entidades modernas, competitivas y autogestionarias en la búsqueda de la excelencia del servicio que ofrece la compañía.

4.6.2. Objetivo Específicos

1. Brindar un servicio de transporte seguro y oportuno para la ciudadanía en general.
2. Coordinar y planificar las actividades a desarrollar de manera eficiente para el logro de una mejor administración.
3. Mantener la fidelidad del 60% de los clientes en nuestra Provincia demostrando una atención de calidad.
4. Informar periódicamente las actividades a desarrollarse mediante reuniones, medios de comunicación.
5. Crear un liderazgo eficiente para el buen manejo de los recursos de la compañía, incentivando, motivando a los accionistas y directivos.

4.7. PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

4.7.1. Principios

- a) Procurar la integración de esfuerzos para la consecución de objetivos, manteniendo un liderazgo democrático que permita la comunicación directa entre directivos y accionistas.
- b) Lograr que las actividades se desarrollen correctamente de esta manera, comprometer a los accionistas en la consecución de metas propuestas.
- c) Trabajar con firmeza y persistencia en la permanente búsqueda de la calidad de nuestro servicio, a través del trabajo en equipo.
- d) Lograr que nuestros requerimientos se entreguen a tiempo y con las especificaciones solicitadas.

4.7.2. Valores Corporativos

- a) **HONESTIDAD:** Manifiestar la honestidad hacia los clientes y a las personas que visitan la compañía.
- b) **CONFIANZA:** Confiamos en cada uno de nosotros, nos respetamos y apoyamos, ya que somos un equipo. Además procuramos ganarnos la confianza de nuestros colegas, clientes.
- c) **SERVICIO AL CLIENTE:** Responder de manera oportuna el servicio a las necesidades de los clientes.

- d) **RESPECTO:** Respetar y Valorar a las personas que colaboran con nosotros y brindarle un trato justo.
- e) **INTEGRIDAD:** Hacemos lo que decimos que vamos a hacer. Aceptamos responsabilidades y asumimos las que nos corresponden en cuanto a nuestro trabajo y acciones.
- f) **EQUIDAD:** Brindar a los clientes y usuarios equidad, trato justo y una esmerada cortesía.
- g) **SOLIDARIDAD:** Deben tener como referencia a la ayuda mutua en todas las circunstancias laborales que los compañeros y la compañía lo requieran.
- h) **COMPROMISO:** Estar permanentemente comprometido, dispuesto a dar lo mejor de cada uno de los accionistas y trabajadores, participando activamente en la compañía.
- i) **SEGURIDAD:** Ofrecer la seguridad de la compañía tanto para los clientes y accionistas.

4.8. ANÁLISIS SITUACIONAL: FODA- DAFO

Es importante conocer la situación actual de La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico que permita ubicar las estrategias necesarias para mejorar el servicio. Para realizar el diagnóstico situacional de la Compañía “UNICHOPEN”, se utilizó un análisis Foda(Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), con la ejecución del Plan Estratégico se encontrarán las fortalezas y contrarrestar las debilidades.

FORTALEZAS

1. Existen planes y proyectos a futuros.
2. Relaciones entre choferes y socios.
3. Lealtad y experiencia del personal.
4. El control de las actividades diarias a realizarse.
5. El liderazgo de los directivos es democrático.

OPORTUNIDADES

1. Clientes Satisfecho
2. Facilidad de contactarse con la Compañía.
3. Imagen que tiene la compañía.
4. Adquisición de unidades modernas.
5. Ejecución de proyectos para la compañía.

DEBILIDADES

1. No existen manuales de procedimiento para las áreas.
2. La Compañía no posee página web.
3. Las decisiones tomadas son acertadas.
4. No se aplican los valores y principios.
5. Desconocimientos de las políticas de partes de los accionistas.

AMENAZAS

1. Falta de atención al cliente.
2. Accidentes de tránsito.
3. Unidades de la compañía en un buen porcentaje no llegan inmediatamente.
4. No existe un base de datos de proveedores de repuesto y mantenimiento.
5. Crecimiento de taxis ilegales.

Cuadro 4.
MATRIZ DAFO.

<p align="center">ESTRATEGIAS F.O</p> <ol style="list-style-type: none"> F3 y O1, O2, O5 Establecer un plan de capacitación continua y fomentar la lealtad e implementar de los recursos necesarios para adquirir los equipos para atender a los clientes. F1 y O4 Crear un fondo de aportes para realizar la adquisición de unidades nuevas y modernas con buenas negociaciones con las casa comerciales de autos. F5 y O3 Fomentar la aplicación de un liderazgo democrático, que incentive el involucramiento del personal en mejora de una imagen de la compañía, a través de un servicio eficiente. 	<p align="center">ESTRATEGIAS F.A</p> <ol style="list-style-type: none"> F1 y A2 Diseñar proyectos que minimicen los accidentes de tránsito. F2, F3 y A1 Motivar al personal para determinar planes de mejoramiento de la atención tanto al cliente externo como interno. F4 y A3 Mejorar el control de la Compañía con el fin de dar un servicio rápido, eficiente y eficaz. F5 y A5 Determinar un plan de acción para hacerle frente a la competencia.
<p align="center">ESTRATEGIAS D.O</p> <ol style="list-style-type: none"> D1 y O1 Diseñar manuales para el personal que oriente el desempeño de sus actividades, para mantener al cliente satisfecho tanto interno como externo. D2 y D2 Asignación de recursos para el desarrollo e implementación de una página web. D4, D5 y O1, O4 Fomentar la cultura organizacional en donde se otorgue material didáctico de información de la misión, visión, objetivos de la compañía. 	<p align="center">ESTRATEGIAS D.A</p> <ol style="list-style-type: none"> D2 y A4 Utilizar las nuevas tecnologías de información como es el internet para contactar nuevos clientes y proveedores, logrando mayores y mejores resultados de negociación. D4 y A1 Aplicación de una ética empresarial para que los clientes tengan una mejor atención y servicio. D3 y A4 Determinar y aplicar los factores más importantes para una mejor administración de la cartera de clientes.

Fuente: Directivos de la Compañía.
Elaborado por: Evelia Panchana Vera

4.9. ESTRATEGIAS

Las estrategias a seguir para el cumplimiento de los objetivos propuestos deben, ser asumidas por los integrantes de la compañía, promovidas por el Estado y evaluadas por el sector público, privadas y serán las siguientes Estrategias:

1. Planificar adecuadamente todas las actividades que realiza la compañía.
2. Promover la seguridad social, fomentando el bienestar y la equidad entre todos los accionistas.
3. Gestionar convenios institucionales para el desarrollo de programas y proyectos de la compañía.
4. Mantener un plan de capacitación en seguridad y atención al cliente para accionistas y colaboradores de la compañía.

4.10. CURSOS DE ACCIÓN

La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN, contará con las siguientes cinco actividades de cursos de acción a desarrollarse en el que estará orientado y a su vez se enfocará, hacia el direccionamiento para el buen manejo de las actividades de la compañía.

Los siguientes cursos de acción que tendrá la Compañía de Transporte se detallan a continuación:

Cuadro 1.
Cursos de Acción para la Compañía.

Estrategia	1. Planificar adecuadamente todas las actividades que realiza la compañía.	2. Promover la seguridad social, fomentando el bienestar y la equidad entre todos los accionistas.	3. Gestionar convenios institucionales para el desarrollo de programas y proyectos de la compañía.	4. Mantener un plan de capacitación en seguridad y atención al cliente para accionistas y colaboradores de la compañía.
CURSOS DE ACCIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener información a través del internet. 2. Pedir información a otras compañías que cumplan o realizan actividades similares. 3. Contratación de un experto en planificación. 4. Realizar seminarios acerca de como planificar una compañía. 5. Adquirir textos y manuales de planificación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar convenio con el Instituto de Seguridad Social (IESS) para realizar seminarios, cursos de salud, entre otros. 2. Realizar eventos culturales y sociales para los accionistas y familiares. 3. Pedir asesoría para realizar los diferentes tipos de prestamos que tienen derecho los accionistas. 4. Realizar actividades creativas y deportivas para los accionistas y familiares. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar convenios con el SECAP, para impartir seminarios a los accionistas. 2. Trabajar con la CTE, desarrollando proyectos para el bienestar de la compañía. 3. Realizar un financiamiento con la CFN (Corporación Financiera Nacional), Bancos y Cooperativas, para la ejecución de los proyectos de la Compañía. 4. Realizar convenios con la Ilustre Municipalidad del Cantón La Libertad, para las capacitaciones de la Compañía. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar seminarios de seguridad vial con el personal de la Comisión de Tránsito del Ecuador. 2. Realizar seminarios con la Policía Nacional sobre seguridad personal. 3. Contratar a un ejecutivo de atención al cliente para que imparta como dar atención al cliente.

Fuente: Programa de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

4.11. POLÍTICAS

La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, se compromete a consolidar las siguientes políticas:

- a) Lograr la satisfacción de nuestros clientes, a través de la prestación de un servicio de transporte de pasajeros en taxis.
- b) Otorgar trato afable y esmerado a todos los clientes, considerando el propósito de la compañía es el servicio de transportación de taxis a la comunidad.
- c) La atención al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la compañía, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- d) Desempeñar sus funciones siguiendo las normas establecidas para la administración de la compañía.
- e) Todos los integrantes y colaboradores de la entidad, deben mantener un comportamiento ético.
- f) Socializar el Direccionamiento Estratégico entre los directivos y socios de la Cía.
- g) Brindar niveles óptimos de seguridad, comodidad, puntualidad, responsabilidad y cumplimiento.

- h) Conocer los procedimientos establecidos a fin de aplicarlos con efectividad.
- i) Participar en forma masiva en las capacitaciones programadas.
- j) Desarrollar un trabajo en equipo que mejore la productividad.
- k) Demostrar el compromiso interno para cumplir con los proyectos diseñados.
- l) Efectuar el control estratégico en el proceso para lograr mejora continúa.

4.12. PROGRAMAS

La Compañía ejecutará los siguientes programas a continuación se detallan:

Cuadro 1.

Programa para los Accionistas de la Cía.

EJES ESTRATÉGICOS	PROGRAMAS
Accionistas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impulsar actividades de atención al cliente, para mejorar la relación de los usuarios con los accionistas. 2. Disponer de unidades modernas para dar un mejor servicio al cliente para estar a la vanguardia de la Cía. 3. Obtener los beneficios del IESS, para mejorar las condiciones socioeconómicas de los accionistas. 4. Disponer de una sede social de la Compañía para mejorar el rendimiento, tanto personal como colectivo de sus accionistas.
Empleados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitar al personal para el manejo en la base de datos, para mantener actualizada la nómina de clientes.

Fuente: Programa de la Compañía.
Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

PROYECTOS

Cuadro 1.

Proyecto para los Accionistas y Directivos de la Cía.

Proyecto	Objetivos	Actividad	Valor del seminario	Fecha y Lugar	Resultados	Responsables	Impacto
Capacitar a los accionistas de la Cía sobre la calidad de servicio de atención al cliente.	Mejorar el trato que se le brinda al cliente Peninsular.	Realizando talleres grupales, conferencias de relaciones Humanas y Relaciones Interpersonales.	4.092,50	En Febrero en La Libertad y en Octubre en Santa Elena.	Adquirir los conocimientos para una buena atención al cliente.	La Gerencia	El incremento de cliente y mejor imagen de la Cía.

Fuente: Proyectos de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Cuadro 1.
Presupuesto para la Capacitación a los Accionistas de la COMPAÑÍA
“UNICHOPEN”.

CONCEPTO	Cant.	P. Unitario	Total
RECURSO HUMANO:			
Capacitador	1	-	-
Directivos y Accionistas en 5 horas en 1 semana por 5 grupos de 30 accionistas	150	20	3.000
UTILES DE OFICINAS:			
Cajas de Esferos	7	6	42,00
Resma de papel	3	4	12,00
Carpetas Folder	150	0,50	75,00
Caja de Marcadores de pizarra	1	3,50	3,50
EQUIPOS DE OFICINAS:			
Alquiler de enfocus	1	60,00	60,00
ALIMENTACIÓN:			
Refrigerios			400,00
INSTALACIONES:			
Alquiler de local	1	500,00	500,00
VALOR DEL PRESUPUESTO			4.092,50

Fuente: Presupuesto de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera

Cuadro 2.
Proyecto para los Accionistas y Directivos de la Cía.

Proyecto	Objetivos	Actividad	Costo del vehículo	Fecha y Lugar	Resultados	Responsables	Impacto
Renovación y completamiento de unidades para la Compañía.	Obtener unas modernas unidades de igual similitud.	Gestionar convenio con la Concesionaria Automotores Continental.	Con una entrada de \$4.534,00pagando 291.00 mensuales por unidades de la Cía.	En Enero del 2013 en Salinas.	Tener un parque automotriz en excelente condiciones.	Directivos y accionistas	Obtener mayor capacidad operativa.

Fuente: Proyectos de la Compañía.
Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Cuadro 2.
Presupuesto delos Vehículo para la Cía “UNICHOPEN”.

CONCEPTO	Total
Cooperativa San Francisco de Asís.	
Costo del Vehículo	15.090,00
Entrada	4.534,00
Plazo en Meses	60
Tasa de Interés anual	15%
Seguro de Desgravamen	0.35%
Cuota Mensual (291,00 x 60 meses)	291,00
Valor del seguro	1.580,00
Valor trámite de prenda	165,00
Encaje	
Valor total del vehículo	21.994,00

Fuente: Presupuesto de la Compañía.
Elaborado por: Evelia Panchana Vera

Cuadro 3.
Proyecto para los Accionistas y Directivos de la Cía.

Proyecto	Objetivos	Actividad	Costo del trámite	Fecha y Lugar	Resultados	Responsables	Impacto
Afiliación al IESS a los accionistas de la Compañía.	Obtener los deberes y beneficios a los accionistas.	Realizar el respectivo trámite para la afiliación al seguro de los accionistas.	Sin costo del trámite.	En Enero del 2013 en la Libertad.	Obtener mayor desempeño laboral de los accionistas.	La Gerencia	Bienestar de los accionistas de la Compañía.

Fuente: Proyectos de la Compañía.
Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Cuadro 4.
Proyecto para los Accionistas y Directivos de la Cía.

Proyecto	Objetivos	Actividad	Costo	Fecha y Lugar	Resultados	Responsables	Impacto
Terminación de la sede social de la Compañía Unichopen.	Equipar e instalar sus propias áreas de trabajo para el desarrollo de la compañía.	Realizar un financiamiento con la CFN (Corporación Financiera Nacional).	10.210,08	En Febrero en La Libertad	Se Obtendrá el incremento de activos que tendrá la compañía para su beneficio propio.	La Gerencia	Un mayor desempeño y desarrollo de las actividades de la Compañía.

Fuente: Proyectos de la Compañía.
Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Cuadro 4.
Presupuesto De Obra (Acabados) para la Sede de la COMPAÑÍA
“UNICHOPEN”.

CONCEPTO	Cant.	Unid	P. Unitario	Total
REVESTIMIENTOS:				
Enlucidos y masillados de pisos	226,80	m2	7,66	1.737,29
PISOS:				
Embaldosados de cerámica en pisos	98	m2	25	2.450
VENTANAS DE :				
Aluminio incluye vidrio	11,76	m2	96,16	1.130,84
PUERTAS :				
Exteriores	2	u	180,00	360,00
Interiores	3	u	120,00	360,00
INSTALACIONES:				
Desagües de aguas servidas	2	ptos	38,59	77,18
Cajas de revisión	2	u	138,92	277,84
Agua potable	2	ptos	38,94	77,88
Tubería 3/4	15	ml	6,89	103,35
ELECTRICAS				
Luces y tomacorrientes	15	ptos	37,81	567,15
Tablero de distribución	1	u	120,00	120,00
Especiales: Aire Acondicionado	3	u	45,00	135,00
PIEZAS SANITARIAS:				
Inodoro	2	u	50,00	100,00
Lavados	2	u	68,54	137,08
PINTURA DE: (Marca y Tipo)				
Pintura para exteriores e interiores	226,80	m2	6,51	1.476,47
CONEXIONES DOMICILIARIAS DE:				
Agua	1	u	250,00	250,00
Luz	1	u	150,00	150,00
Pozo séptico	1	u	700,00	700,00
VALOR DEL PRESUPUESTO				10.210,08

Fuente: Presupuesto de la Compañía.
 Elaborado por: Evelia Panchana Vera

Cuadro 5.
Proyecto para los Empleados de la Cía.

Proyecto	Objetivos	Actividad	Costo de la Capacitación	Fecha y Lugar	Resultados	Responsables	Impacto
Creación de una base de datos de los clientes para la compañía.	Automatizar el registro de información de los clientes de la compañía	Realizando llamadas telefónicas y visitas a domicilios para verificar los datos de los clientes.	1.032,00	El 11 de Febrero del 2013 hasta enero del 2015.	Tener una información oportuna y veraz de los clientes.	La Gerencia.	Obtener una rapidez de la información en la localización de los clientes.

Fuente: Proyectos de la Compañía.
Elaborado por: Evelia Panchana Ver

Cuadro 5.

Presupuesto de una Base De Datos para la COMPAÑÍA “UNICHOPEN”.

CONCEPTO	Cant.	P. Unitario	Total
RECURSO HUMANO:			
Capacitador	1	-	-
Colaboradores durante 24 días laborables por 3 días.	5	15	225,00
UTILES DE OFICINAS:			
Cajas de Esferos	1	6	6,00
Resma de papel	1	4	4,00
Carpetas Folder	5	0,50	2,50
Caja de Marcadores de pizarra	1	3,50	3,50
Cd	1	1,00	1,00
EQUIPOS DE OFICINAS:			
Alquiler de enfocus	1	60,00	60,00
ALIMENTACIÓN:			
Refrigerios	-	-	30,00
INSTALACIONES:			
Del Programa Visual.net	1	700,00	700,00
VALOR DEL PRESUPUESTO			1.032,00

Fuente: Presupuesto de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera

4.14. PROCEDIMIENTOS

La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, busca planificar y desarrollar proyectos para beneficio de los accionistas, directivos y colaboradores para el buen manejo respectivos de sus actividades.

Cuadro 1.
Procedimiento para la Compañía “UNICHOPEN”

ACTIVIDADES	OBJETIVOS	PROCEDIMIENTOS
Desarrollo de proyectos viables para la Cía.	Desarrollar mecanismo de mejoramiento continuo, a través de proyectos para el beneficio de la Cía y sus accionistas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar un diagnóstico de la situación actual. 2. Detallar los problemas que se encuentra la cía. 3. Plantear soluciones. 4. Establecer a los beneficiarios de la cía. 5. Plasmar soluciones a los problemas que tiene la Cía.
Desarrollar un liderazgo efectivo.	Liderar eficientemente a los directivos de la Cía, mediante la participación activa en proyectos e programas que se van a ejecutar para el beneficio de los accionistas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar las tareas en favor a los accionistas. 2. Participación de los accionistas en los planes de desarrollo. 3. Proyectar programas de acción orientados a solucionar los aprietos. 4. Evaluar y reformar proyectos.
Planificación eficiente de las actividades de la compañía.	Planificar las actividades que se van a elaborar en la Cía, a través de un seguimiento y control de las actividades para lograr resultados positivos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación del problema. 2. Utilizar distintas alternativas que ayude al problema. 3. Proyectar lo que se va a ejecutar. 4. Establecer lo que se va a efectuar. 5. Realizar una verificación y ver los objetivos alcanzados.
Servicio y Seguridad al Cliente	Ofrecer un servicio de puerta a puerta para mayor seguridad, tanto a los clientes como el del chofer.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar el sitio o lugar designado. 2. Trasladarse al sitio en vías diferentes. 3. Brindar un excelente servicio al cliente. 4. Mantener la seguridad del cliente al destino final.

Fuente: Procedimiento de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

4.15. PLANIFICACIÓN OPERATIVA

Cuadro 1.

PLAN OPERATIVO PARA LA COMPAÑÍA “UNICHOPEN”

Programas	Proyectos	Cronograma					Costos	Financiamiento			Responsables	
		2012	2013	2014	2015	2016		Propio	Autogestión	Convenio	Responsable	Involucrados
Impulsar programas de atención al cliente para mejorar la relación de los usuarios con los accionistas.	Capacitar a los accionistas de la compañía sobre la calidad de servicio de atención al cliente.						4.092,50				La Gerencia.	Capacitador y accionistas de la Compañía.

Fuente: Plan Operativo de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Cuadro 2.
PLAN OPERATIVO PARA LA COMPAÑÍA “UNICHOPEN”

Programas	Proyectos	Cronograma					Costos	Financiamiento			Responsables	
		2012	2013	2014	2015	2016		Propio	Autogestión	Convenio	Responsable	Involucrados
Disponer de unidades modernas para dar un mejor servicio al cliente y estar a la vanguardia de la compañía.	Renovación y completamiento de unidades para la compañía.						21.994			—	La Gerencia y los Accionistas	La Corporación Financiera San Francisco de Asís y los Accionistas.

Fuente: Plan Operativo de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Cuadro 3.
PLAN OPERATIVO PARA LA COMPAÑÍA “UNICHOPEN”

Programas	Proyectos	Cronograma					Costos	Financiamiento			Responsables	
		2012	2013	2014	2015	2016		Propio	Autogestión	Convenio	Responsable	Involucrados
Obtener los beneficios del IESS, para mejorar las condiciones socioeconómicas de los accionistas.	Afiliación al IESS a los accionistas.	■	■	■	■	■	-----	■			La Gerencia	Los Accionistas.

Fuente: Plan Operativo de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Cuadro 4.
PLAN OPERATIVO PARA LA COMPAÑÍA “UNICHOPEN”

Programas	Proyectos	Cronograma					Costos	Financiamiento			Responsables	
		2012	2013	2014	2015	2016		Propio	Autogestión	Convenio	Responsable	Involucrados
Disponer de una sede social de la Compañía para mejorar el rendimiento tanto personal como colectivo de sus accionistas	Terminación de la Sede Social de la Compañía Unichopen.	██	██				10.210,08	██			La Gerencia	La CFN (Corporación Financiera Nacional).

Fuente: Plan Operativo de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

Cuadro 5.
PLAN OPERATIVO PARA LA COMPAÑÍA “UNICHOPEN”

Programas	Proyectos	Cronograma					Costos	Financiamiento			Responsables	
		2012	2013	2014	2015	2016		Propio	Autogestión	Convenio	Responsable	Involucrados
Capacitar al personal para el manejo en la base de datos para mantener actualizada la nómina de clientes.	Creación de una base de datos de los clientes para la compañía						1.032,00				La Gerencia	Técnico de Computación

Fuente: Plan Operativo de la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

4.16. SEGUIMIENTO Y CONTROL

El seguimiento y control que se va a desarrollar es para el área administrativa que tiene la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, y que llevará a cabo el plan estratégico administrativo, así cumplirá los objetivos y metas que se ha propuesto.

Sin embargo hay que tomar en cuentas varios indicadores que nos permitan efectuar algunos controles y medidas correctivas en el área administrativa ya que ha tenido algunos errores e inconveniente, en cuanto a las funciones lo que muestra una descoordinación en el manejo de información de la compañía en sus actividades y el desconocimientos de las funciones que corresponden a cada uno de los que integran la organización.

También se refleja la falta de comunicación que existe de tal forma que ha influido en las funciones, por ello es conveniente que la información es lo primero que debe existir para que aquellas funciones, ayuden a fortalecer el servicio y atención al cliente como primer beneficiario de la propuesta.

Los directivos de la Compañía UNICHOPEN, son los encargados de que se cumplan las actividades que van a realizar, como es la ejecución del plan estratégico para el bienestar de la entidad y sus miembros quienes las conforman.

4.17. CONCLUSIONES DE LA PROPUESTA

- 1.** La compañía “UNICHOPEN”, no posee un control adecuado para la realización de las actividades, dando como resultado la deficiencia del control y el manejo de los recursos de la compañía.
- 2.** La falta de conocimiento de los directivos, ha dado como resultado que los accionistas no tengan claro cuál es la misión, visión y objetivos de la compañía por lo que se ha limitado su desarrollo y mejoramiento en el servicio al clientes
- 3.** El estudio y diagnóstico de la situación actual que tiene la Compañía UNICHOPEN, permitió conocer aquellas necesidades que atraviesa la administración, en la que registra un mal direccionamiento en las actividades correspondientes de cada miembro de la misma.
- 4.** El no poseer programas, adecuados para la realización de las actividades da como resultado la deficiencia del control y manejo de los recursos de la compañía.
- 5.** Existe pocos proyectos para la compañía ya que no pueden ejecutarlo por la falta del recurso económico que atraviesa la entidad, esto ocasiona que no se van a desarrollar dichos proyectos que son de gran ayuda para los accionista, directivos y colaboradores de la institución.

4.18. RECOMENDACIONES DE LA PROPUESTA

1. Se recomienda que la dirección realice monitoreo periódicamente para revisar y verificar el cumplimiento de los controles interno y vigilar el desempeño de las actividades de la compañía.
2. Se aconseja establecer una cultura organizacional, mediante la capacitación y motivación a los accionistas y trabajadores con el fin de ser competitivos y dar un servicio al cliente con seguridad, eficiencia y eficacia.
3. Se implementará el presente Plan Estratégico para el desarrollo y ejecución de las actividades, el seguimiento y control de la misma se las realice de forma eficiente y eficaz para que la compañía siga adelante en el desarrollo y progreso en el futuro.
4. Se deben realizar programas, que le servirá de ayuda para los accionistas, directivos y colaboradores para la realización de las actividades que van a desarrollar de manera rápida, oportuna en sus labores correspondientes para el bienestar de quienes conforman la compañía.
5. Se deben desarrollar más proyectos y que estos se ejecuten lo antes posibles para el bien de los accionistas, colaboradores y directorios de la entidad, con la ayuda de un financiamiento, o instituciones públicas, estos proyectos se realizarán con éxito.

BIBLIOGRAFÍA

- ARANDA Aranda Alcides, (2007) Planificación Estratégica Educativa, Tercera Edición-Editorial.
- ANDER Ezequiel, (2007) Introducción a la Planificación Estratégica. Español. Argentina.
- ÁLVAREZ Alfonso, (2007) Estrategia, Planificación y Control de la Empresa. Español. Primera Edición. México.
- BLANCO Rosales Humberto,(2008) Bases Metodológicas y conceptuales para el proceso de diseño, implementación y control de la planificación estratégica y la dirección por objetivos basados en valores. Cuba.
- BERNAL César Augusto, (2006) Metodología de la Investigación para la Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales, Segunda Edición. Pearson Educación-México.

- BERNAL César Augusto, (2010) Metodología de la Investigación. Pearson Education editores – México.
- BURGAWALL Gerrit, (2004) Planificación Estratégica y Operativa. Segunda edición. Editorial Abya Yala, Servicio Holandés de desarrollo.
- CEDEÑO Pérez Rosa, (2009) Proyección estratégica de la empresa El Cid, Argentina.
- COOK T.D & RETECHARDT. (2004) Métodos Cuantitativos y Cualitativos en investigación Educativa. – Cuarta edición. Madrid – Morata.
- D` ALESSIO Fernando, (2008) El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia, Primera Edición, Perú.
- FRED R. David, (2004) Conceptos de Administración Estratégica 9na, Edición. Francis Marion University, ISABN
- HERNÁNDEZ S. Roberto, (2010) Metodología de la Investigación, Compañía Editorial Ultra S.A de C.V Impreso en México.

- JOHNSON G. Y SCHOLES K,(2001) Dirección Estratégica. Quinta edición. Editorial Pearson Educación, Madrid España.
- MÉNDEZ Á. Carlos E,(2006) Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de Investigación, Cuarta Edición Editorial- Limusa S.A de C.V. Colombia - Bogotá.
- MARTÍNEZ P, MILLA A,(2005) La Elaboración del Plan Estratégico y su implementación a través del Cuadro del Mando Integral Impreso en España- Madrid.
- MONTUFAR Rafael, (2005) Desarrollo Organizacional - Principios y aplicaciones. Mac Graw Hill. México.
- PALACIOS Luis, (2010) Direccionamiento Estratégico, Ediciones ECOE, Bogotá, Colombia.
- ROBBINS, STEPHEN P. (2005) Administración, Octava Edición. Pearson Educación, México.
COURTER, Mary
- SAMPIERI Roberto, (2006) Metodología de la investigación, Cuarta edición, México.

SAINZ de Vicuña, (2010)

El Plan Estratégico en la práctica,
Segunda Edición, Madrid – España.

THOMPSON, STRICKLAND, (2004)

Administración Estratégica, Textos
y Casos, Treceava Edición;
McGraw – Hill Editores, 06450
México

INTERNET

<http://www.tsj.gov.ve/legislacion/ltt.htm>

<http://es.scribd.com/doc/16563582/Plan-Estrategico>

http://centros5.pntic.mec.es/ies.ria.del.carmen/opinion/metodologia_de_la_investigacion.htm

<http://es.scribd.com/doc/72098895/DISENO-DE-LA-INVESTIGACION>

<http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>

<http://www.slideshare.net/elizabethuisa/pasos-del-planeamiento-estrategico>

<http://capacitacionencostos.blogia.com/2007/042106-libro-los-seis-pasos-del-planeamiento-estrategico.php>

<http://mati2010.wordpress.com/2011/01/25/5-pasos-para-elaborar-un-plan-estrategico/>

<http://www.alegsa.com.ar/Definicion/de/compa%C3%B1ia.php>

<http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id35.html>

<http://manualesydefiniciones.blogspot.com/2007/04/plan-estrategico.html>

<http://alberto-streettimes.blogspot.com/2007/12/importancia-de-la-planeacion.html>

ANEXOS

ANEXOS 1.



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

GUÍA DE OBSERVACIÓN

DIRIGIDO: A la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

OBJETIVO: Recopilar información en función del instrumento de investigación de la guía de observación que permita el diagnóstico de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

1. Asamblea General de los Accionistas de la Cía “UNICHOPEN”.

OBSERVACIÓN: A los Socios de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.			
DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	TOTALES	
	DE OBSERVACIONES	F	%
Participación de los accionistas	Individual		
	Colectiva		
	Obligatoria		
	Pasiva		
TOTAL			

Fuente: Observación en la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera

2. Asamblea General de los Accionistas de la Cía “UNICHOPEN”.

OBSERVACIÓN: A los Socios de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN			
DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES DE OBSERVACIONES	TOTALES	
		F	%
Tema a tratar de los directivos	Beneficio		
	Seguridad		
	Actividades		
	Aporte de los Accionistas		
	TOTAL		

Fuente: Observación en la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

3. Ambiente de Trabajo de los trabajadores de la Cía UNICHOPEN.

OBSERVACIÓN: A los Trabajadores de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.			
DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES DE OBSERVACIONES	TOTALES	
		F	%
El Sistema de Información de la Compañía	Excelente		
	Muy Bueno		
	Bueno		
	Regular		
	TOTAL		

Fuente: Observación en la Compañía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

4. Atención al Cliente a través de las unidades de la Compañía.

OBSERVACIÓN: A los Socios de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”.				
DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES		TOTALES	
	DE OBSERVACIONES		F	%
Trato al cliente	Excelente			
	Muy Bueno			
	Bueno			
	Regular			
TOTAL				

Fuente: Observación en la Cía.

Elaborado por: Evelia Panchana Vera.

ANEXOS 2.



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

ENTREVISTA

DIRIGIDO: A los Directivos de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, del Cantón La Libertad.

OBJETIVO: Recopilar información en función del instrumento de investigación del cuestionario que permita el diagnóstico de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

PREGUNTAS:

1. ¿Dispone la Compañía de un plan estratégico que le facilite su accionar como empresa del transporte que sirve a la comunidad?

Definitivamente si

Probablemente si

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

2. ¿Al realizar un Plan Estratégico se podrá alcanzar el progreso y desarrollo de la compañía?

- Mayor orientación
- Eficiente toma de decisiones
- Mejor direccionamiento
- Obtener una visión compartida
- Trabajando con las instituciones

3. ¿La comunicación que existe entre usted y los demás miembros de la compañía es considerada?

- Interesante
- Apropiada
- Consecutiva
- Buena
- Regular

4. ¿Qué tipos de servicios brinda la compañía a través de su unidad?

- Servicio de Taxi
- Servicio de Encomiendas
- Servicio de Expreso escolar
- Servicio a Domicilio
- Servicio Por Horas

5. ¿La atención que se brinda al usuario es lo primero y más importante en la cultura organizacional de la Compañía?

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

6. Está usted de acuerdo en aplicar estrategias para que la sociedad tenga mayor conocimiento de la existencia de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Totalmente desacuerdo

7. ¿Qué tipo de estrategias implementaría para una excelente planificación?

Cambio

Crecimiento

Integración

Competitivas

Liderazgo

8. ¿Considera Usted que es importante desarrollar proyectos de capacitación para desempeñar y asumir riesgos y desafíos como directivo en la institución?

Claro que si

Poco Importante

Indeciso

Regular

Claro que no

9. ¿Qué tipo de capacitación o taller ha recibido usted, por parte de la empresa?

- a) Reglas de Tránsito
- b) Atención al usuario
- c) Relaciones interpersonales
- d) Primeros Auxilios
- e) Ninguno

10. ¿Cómo considera usted que se deben manejar los recursos de la compañía?

Desarrollo de proyectos

Planificación y coordinación

Vinculación con otras compañías

Direccionada a un solo objetivo

Trabajo en equipo

11. ¿Para qué se organizaría al momento de diseñar un Plan Estratégico para la Compañía?

Fomentar el trabajo en equipo

Mejorar el estilo de vida

Apoyo y crecimiento a su desarrollo

Ejecución de Proyectos, Programas

Compartir información

ANEXOS 3.



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

ENCUESTA

DIRIGIDO: A la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

OBJETIVO: Recopilar información en función del instrumento de investigación del cuestionario que permita el diagnóstico de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN”, Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

PREGUNTAS:

1. ¿La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional cuenta con una misión institucional?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| Definitivamente si | <input type="checkbox"/> |
| Probablemente si | <input type="checkbox"/> |
| Indeciso | <input type="checkbox"/> |
| Probablemente no | <input type="checkbox"/> |
| Definitivamente no | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Cree usted que los Accionistas y los miembros de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional aplican los valores institucionales?

Definitivamente si

Probablemente si

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

3. ¿Sabe usted si la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional cuenta con una matriz Foda. (Fortaleza, Debilidades, Oportunidades, Amenazas?)

Definitivamente si

Probablemente si

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

4. ¿Conoce usted si la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional UNICHOPEN, dispone de estrategias para el desarrollo de la institución?

Definitivamente si

Probablemente si

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

5. Se han socializado las políticas que tiene la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional con sus accionistas?

- Definitivamente si
- Probablemente si
- Indeciso
- Probablemente no
- Definitivamente no

6. ¿La relación con los compañeros de trabajo de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional es buena?

- Definitivamente si
- Probablemente si
- Indeciso
- Probablemente no
- Definitivamente no

7. ¿Realiza proyectos la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional para el bien de la institución?

- Definitivamente si
- Probablemente si
- Indeciso
- Probablemente no
- Definitivamente no

8. ¿Tiene usted conocimiento si la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional cuenta con un plan estratégico para el desarrollo de sus actividades?

- Definitivamente si
- Probablemente si
- Indeciso
- Probablemente no
- Definitivamente no

9. Cree usted que existe un control de las actividades de los Accionistas con las unidades por parte de los directivos de la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional?

- Definitivamente si
- Probablemente si
- Indeciso
- Probablemente no
- Definitivamente no

10. ¿Recibe información completa de los asuntos a tratar en cada asamblea?

- Definitivamente si
- Probablemente si
- Indeciso
- Probablemente no
- Definitivamente no

11. ¿Cumple La Compañía con los beneficios y ayuda social que les corresponden a los accionistas?

- Definitivamente si
- Probablemente si
- Indeciso
- Probablemente no
- Definitivamente no

12. ¿La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional cumple con los requisitos de entidad debidamente organizada ante los organismos nacionales?

- Definitivamente si
- Probablemente si
- Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

13. ¿La Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional busca alternativas de mejoramiento económico interno?

Definitivamente si

Probablemente si

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

14. ¿El servicio que presta la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional a los clientes es satisfactorio?

Definitivamente si

Probablemente si

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

15. ¿La Compañía participa en los eventos que organiza el gremio de taxistas de la Provincia de Santa Elena?

Definitivamente si

Probablemente si

Indeciso

Probablemente no

Definitivamente no

16. ¿Qué opina sobre esta propuesta de desarrollar un plan estratégico para la compañía de transporte en taxis convencional UNICHOPEN?

.....

.....

ANEXOS 4.

LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL

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. 2.- La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales: el derecho a la vida, al libre tránsito y la movilidad, la formalización del sector, lucha contra la corrupción, mejorar la calidad de vida del ciudadano, preservación del ambiente, desconcentración y descentralización.

En cuanto al transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, se fundamenta en: la equidad y solidaridad social, derecho a la movilidad de personas y bienes, respeto y obediencia a las normas y regulaciones de circulación, atención al colectivo de personas vulnerables, recuperación del espacio público en beneficio de los peatones y transportes no motorizados y la concepción de áreas urbanas o ciudades amigables.

Art. 3.- El Estado garantizará que la prestación del servicio de transporte público se ajuste a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas.

Art. 4.- Es obligación del Estado garantizar el derecho de las personas a ser educadas y capacitadas en materia de tránsito y seguridad vial.

Para el efecto se establecen, entre otras medidas, la enseñanza obligatoria en todos los establecimientos de educación públicos y privados del país en todos sus niveles, de temas relacionados con la prevención y seguridad vial, así como los principios, disposiciones y normas fundamentales que regulan el tránsito, su señalización, el uso de las vías públicas, de los medios de transporte terrestre, de conformidad con los programas de estudio se laborados conjuntamente por la Comisión Nacional del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y el Ministerio de Educación.

Art. 5.- (Sustituido por el Art. 1 de la Ley s/n, R.O. 415-S, 29-III-2011).- El Estado 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.

Art. 6.- El Estado es propietario de las vías públicas, administrará y regulará su uso.

Art. 7.- Las vías de circulación terrestre del país son bienes nacionales de uso público, y quedan abiertas al tránsito nacional e internacional de peatones y vehículos motorizados y no motorizados, de conformidad con la Ley, sus reglamentos e instrumentos internacionales vigentes.

En materia de transporte terrestre y tránsito, el Estado garantiza la libre movilidad de personas, vehículos y bienes, bajo normas y condiciones de seguridad vial y observancia de las disposiciones de circulación vial.

Art. 8.- (Reformado por el Art. 2 de la Ley s/n, R.O. 415-S, 29-III-2011).- En caso de que se declare estado de excepción o se decrete el establecimiento de zonas de seguridad, los organismos y autoridades de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, por disposición del Presidente de la República, podrán restringir o cerrar temporalmente la circulación en las vías públicas que sean necesarias.

Art. 9.- Los peatones, conductores, pasajeros, automotores y vehículos de tracción humana, animal o mecánica podrán circular en las carreteras y vías públicas del país, sujetándose a las disposiciones de esta Ley, su reglamento, resoluciones y regulación es técnicas vigentes.

Art. 10.- (Sustituido por el Art. 3 de la Ley s/n, R.O. 415-S, 29-III-2011).- Los ciudadanos ecuatorianos residentes en el exterior, y extranjeros que condujeran vehículos, dentro del territorio nacional podrán conducir con licencias emitidas en su país de residencia.

El Estado reconoce la validez de los documentos, distintivos, licencias de conducción, permisos internacionales de conducción, identificación vehicular y pases de aduana, emitidas en sus países y expedidos de conformidad con las normas y requisitos previstos en los instrumentos internacionales vigentes.

Los ciudadanos ecuatorianos residentes en el exterior y extranjeros, que tuvieran licencias vigentes de conducir no profesionales similares al tipo B, emitidas en sus países podrán conducir en el territorio nacional; en el caso de los ciudadanos extranjeros mientras dure su visa de turista.

Los ciudadanos ecuatorianos y extranjeros residentes en el país que tengan una licencia profesional o no profesional vigente emitida por un Estado extranjero podrán canjear la misma con su similar ecuatoriana.

En todos los casos se deberá cumplir los requisitos establecidos en el Art. 94 de esta ley, sin que el documento extranjero sea retirado.

Art. 11.- El Estado fomentará la participación ciudadana en el establecimiento de políticas nacionales de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial que garanticen la interacción, sustentabilidad y permanencia de los sectores público, privado y social.

Art. 12.- La presente Ley establece los lineamientos generales, económicos y organizacionales de la movilidad a través del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y sus disposiciones son aplicables en todo el territorio nacional para: el transporte terrestre, acoplados, teleféricos, funiculares, vehículos de actividades recreativas o turísticas, tranvías, metros y otros similares; la conducción y desplazamiento de vehículos a motor, de tracción humana, mecánica o animal; la movilidad peatonal; la conducción o traslado de semovientes y la seguridad vial.

DEL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO

DE LAS OPERADORAS DEL TRANSPORTE TERRESTRE

Art. 77.- Constituye una operadora de transporte terrestre, toda empresa, ya sea esta compañía o cooperativa que habiendo cumplido con todos los requisitos exigidos en esta Ley y su Reglamento, haya obtenido legalmente el título habilitante, para prestar el servicio de transporte terrestre en cualquier de sus clases y tipos.

Art. 78.- Toda operadora de transporte terrestre que estuviese autorizada para la prestación del servicio, deberá hacerlo única y exclusivamente en las clases de Automotores que el Reglamento determine, dependiendo de su clase y tipo.

ANEXOS 5.

LA LEY DE COMPAÑÍA

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajere obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera.

Art. 8.- Las personas mencionadas en el artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de esta Ley. Si no produjeren esa prueba en el perentorio término de tres días, continuará con ellas el juicio.

Art. 9.- Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

Art. 10.- Las aportaciones de bienes se entenderán traslativas de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva. Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil.

En caso de que no llegare a realizarse la inscripción en el Registro Mercantil, en el plazo de noventa días contados desde la fecha de inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta última quedará sin ningún efecto y así lo anotará el Registrador de la Propiedad previa orden del Superintendente de Compañías, o del Juez, según el caso.

Cuando se aporte bienes hipotecados, será por el valor de ellos y su dominio se transferirá totalmente a la Compañía, pero el socio aportante recibirá participaciones o acciones solamente por la diferencia entre el valor del bien aportado y el monto al que ascienda la obligación hipotecaria.

La Compañía deberá pagar el valor de ésta en la forma y fecha en que se hubieren establecido, sin que ello afecte a los derechos del acreedor según el contrato original. No se podrá aportar a la constitución o al aumento de capital de una compañía, bienes gravados con hipoteca abierta, a menos que ésta se limite exclusivamente a las obligaciones ya establecidas y por pagarse, a la fecha del aporte.

Los créditos sólo podrán aportarse si se cubriera, en numerario o en bienes, el porcentaje mínimo que debe pagarse para la constitución de la compañía según su especie. Quien entregue, ceda o endose los documentos de crédito quedará solidariamente responsable con el deudor por la existencia, legitimidad y pago del crédito, cuyo plazo de exigibilidad no podrá exceder de doce meses. No quedará satisfecho el pago total con la sola transferencia de los documentos de crédito, y el aporte se considerará cumplido únicamente desde el momento en que el crédito se haya pagado.

En todo caso de aportación de bienes el Superintendente de Compañías, antes de aprobar la constitución de la compañía o el aumento de capital, podrá verificar los avalúos mediante peritos designados por él o por medio de funcionarios de la Institución.

Art. 11.- El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones.

Art. 12.- Será ineficaz contra terceros cualquiera limitación de las facultades representativas de los administradores o gerentes que se estipulare en el contrato social o en sus reformas.

Art. 13.- Designado el administrador que tenga la representación legal y presentada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación exigida para los poderes ni de la fijación del extracto.

La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

Sin embargo, la falta de inscripción no podrá oponerse a terceros, por quien hubiere obrado en calidad de administrador. En el contrato social se estipulará el plazo para la duración del cargo de administrador que, con excepción de lo que se refiere a las compañías en nombre colectivo y en comandita simple, no podrá exceder de cinco años, sin perjuicio de que el administrador pueda ser indefinidamente reelegido o removido por las causas legales.

En caso de que el administrador fuere reelegido, estará obligado a inscribir el nuevo nombramiento y la razón de su aceptación.

Art. 14.- La falta de inscripción, una vez vencido el plazo señalado en el artículo anterior, será sancionado por el Superintendente de Compañías o el juez, en su caso, con multa de diez a doscientos sucres por cada día de retardo, sin que la multa pueda exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

El Art. 457 corresponde actualmente al Art. 451 de esta Ley.

Art. 15.- Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social; pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, sólo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales; así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 17.- Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables:

- 1.- Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas pueda afectar;
- 2.- Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y,
- 3.- Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

Art. 18.- La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil.

Las copias que los funcionarios antedichos deben remitir a la Superintendencia para los efectos de conformación del registro no causarán derecho o gravamen alguno.

En el reglamento que expida la Superintendencia de Compañías se señalarán las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban.

La Superintendencia de Compañías vigilará la prontitud del despacho y la correcta percepción de derechos por tales funcionarios, en la inscripción de todos los actos relativos a las compañías sujetas a su control.

ANEXOS 6.

SOLICITUD DIRIGIDA AL GERENTE DE LA COMPAÑÍA UNICHOPEN

Señor

Kleber Rosales

Gerente de la Cía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional

“UNICHOPEN”

Estimado Señor:

Yo Evelia Lissette Panchana Vera, con cédula de Identidad 0924274871, egresada de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela de Administración de Empresa expongo y solicito ante usted con el debido respeto:

Con el objetivo de poder dar cumplimiento a mi tesis de grado, me de su autorización en diseñar un Plan Estratégico para la Compañía de Transporte de Pasajeros en Taxis Convencional “UNICHOPEN” del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, 2010-2011, con la finalidad de obtener buenos resultados que será de mucho valor para su compañía en un futuro.

Por su gentil atención a mi petición me despido de usted quedando muy agradecido.

Atentamente

Evelia Panchana V.

ANEXOS 7.

CERFICADO DE LA COMPAÑÍA UNICHOPEN



Santa Elena, 23 de Marzo del 2012

CERTIFICADO

Por medio de la presente certificamos que la Srta. Evelia Panchana Vera, con cédula de Identidad N° 0924274871, realizó las respectivas entrevistas, observaciones y las encuestas en nuestra Institución de la misma forma se trabajo en equipo con la directiva la Misión, Visión, Objetivos, Estrategias, todo lo que corresponde al Plan Estratégico que nos servirá de mucho valor para la Compañía.

Atentamente


Sr. Ricardo Salcedo
Presidente


Sr. Kléber Rosales
Gerente



ANEXOS 8.

MEMORÁNDUM DE LA COMPAÑÍA



I

Memorando N° 005- DE-UCP-2011

Santa Elena, 27 de Septiembre de 2011

PARA : Sr.
SOCIO ACCIONISTA UNICHOPEN S.A.

DE : Sr. Ricardo Salcedo Carvajal
PRESIDENTE UNICHOPEN S.A.

FECHA : 27 de Septiembre de 2011.

ASUNTO : COBRO DE DEUDAS PENDIENTES.

Por medio del presente se le comunica que de acuerdo al Art.9 literal C, F y G, del reglamento interno de la Compañía, deberá acercarse a cancelar sus valores pendientes de pago hasta el día Viernes 30 de Septiembre del 2011 hasta las 17h00 hora de atención de oficina y evitese ser sancionado con el Art.27 del presente reglamento, por ser la segunda comunicación.

A continuación el detalle de su deuda:

SALDO ASOCHOPROF	AFILIACION UNIÓN	MULTAS	APORTES MENSUALES	APORTE DE ENFERMEDAD	TOTAL DEUDA
11,66	0,00	140,00	120,00	2,00	273,66

Atentamente,

Sr. Ricardo Salcedo
PRESIDENTE

ANEXOS 9.
MEMORÁNDUM DE LA COMPAÑÍA

CIA. DE TAXIS DE TRANSP. DE PASAJEROS S.A
UNICHOPEN
Unión de Choferes Peninsulares
Fundado el 28 de Febrero del 2007
Teléfono: 2787-213

La Libertad 14 de Junio del 2010

Sr.
Socio #

De mis consideraciones:

Le damos a conocer a usted que de acuerdo a los estatutos, reglamentos y normas especial que dentro del Art. 12 literales a), b), e), f), j), k), indican lo siguiente:

- a) Cumplir y hacer cumplir el estatuto y demás resoluciones determinadas por la Asamblea General;
- b) Asistir obligatoriamente a la Asamblea General Ordinario o Extraordinaria que sean convocadas por el Presidente o el Director;
- e) Pagar cumplidamente las cuotas Ordinarias y Extraordinarias dispuestas por la Asamblea General.
- f) Guardar el respeto y consideración que se merecen los Directivos y Socios de la Asociación;
- j) Guardar absoluta reserva de los asuntos tratados en la Asamblea General, para no perjudicar los intereses de la Asociación;
- k) Los demás que determine la Asamblea, el Estatuto y Reglamentos.

De la misma manera es de suma importancia darle a conocer que el Art. 14 literales a), b), indican que usted dejará de ser socio y pierde sus derechos:

- a) Por renuncia voluntaria presentada formalmente por escrito y aceptada por el Directorio;
- b) Por pérdida de alguno o algunos de los requisitos indispensables para tener la calidad de socio.

Nos faculta comunicarle que los artículos y sus respectivos literales que se han expuestos son los más significativos y a su vez se recalca que tienen un plazo hasta el **25 de Junio del presente año** estar al día en sus **haber**s, ya que esta comunicación le damos a conocer por tercera ocasión; Resolución tomada por el Directorio 13/Junio/21¹⁰.

ATT,


Sr. Ricardo Salcedo Carvajal.
Presidente.


Carlos Villón Yagual.
Secretario.

ANEXOS 10.

Entrevista a los Directivos de la Cía “UNICHOPEN”



**Entrevista al Gerente Kleber Rosales
de la Compañía “UNICHOPEN”**



**El Presidente Ricardo Salcedo y Gerente Kleber Rosales
de la Compañía “UNICHOPEN”**

ANEXOS 11.

**REUNIÓN DE TODOS LOS TAXISTAS DE LA PROVINCIA DE SANTA
ELENA**



**Reunión de todos los
Gremios de Taxistas de la Provincia de Santa Elena**



**Reunión de los Presidentes
de cada Compañía en el proceso de legalización.**

ANEXOS 12.

REUNIÓN EN LA CAPITAL DE QUITO



El Presidente Ricardo Salcedo y el Gerente Kleber Rosales con una autoridad en la Capital de Quito



El Presidente Ricardo Salcedo y el Gerente Kleber Rosales Junto con una Autoridad en Quito.

ANEXOS 13.

FIESTA DE LA COMPAÑÍA “UNICHOPEN”



Autoridades

Presente en las fiestas de la Compañía “UNICHOPEN”



**Fiesta de la Compañía “UNICHOPEN”,
y quienes conforman la entidad**

ANEXOS 14.

DESFILE DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA



**La Compañía “UNICHOPEN”
desfilando en la Provincia de Santa Elena.**



**Directivos y Accionista de la Compañía “UNICHOPEN”,
desfilando en la Provincia de Santa Elena.**