



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE
COMERCIAL EN TAXI EJECUTIVO MEGA ESTRATAXI
MEGAESTRATAXI S.A, DEL CANTÓN GUANO, PERIODO 2022-
2025.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: TANIA ROCIO CHICAIZA ÑAUNAY

DIRECTOR: LIC. JOSÉ LUIS LÓPEZ SALAZAR

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Tania Rocio Chicaiza Ñauñay

Se autoriza la reproducción total o parcial con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Tania Rocio Chicaiza Ñauñay, declaro que esté presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

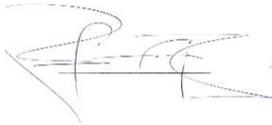
Riobamba, 31 de mayo 2023.

A handwritten signature in blue ink that reads "Tania Chicaiza". The signature is stylized with a large, sweeping initial 'T' and a horizontal line extending from the end of the name.

Tania Rocio Chicaiza Ñauñay
C.I. 060518437-3

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE COMERCIAL EN TAXI EJECUTIVO MEGA ESTRATAXI MEGAESTRATAXI S.A, DEL CANTÓN GUANO, PERIODO 2022-2025**, realizado por la señorita: **TANIA ROCIO CHICAIZA ÑAUNAY**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Efraín Rodrigo Iguasnia Vallejo PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 _____	2023-05-31
Lic. José Luis López Salazar DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	 _____	2023-05-31
Ing. Juan Carlos Pomaquero Yuquilema ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	 _____	2023-05-31

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios por darme la vida y siempre brindarme su amor incondicional llenándome de valentía en cada paso difícil de mi vida. Con profundo amor dedico a mi padre, Juan Chicaiza quien asido mi fuerza para seguir adelante y ser mi apoyo a lo largo de mi vida estudiantil, siempre estaré agradecida por todo lo que hiciste por mí al cumplir el rol de padre y madre. Mamá, Beatriz Ñauñay, a pesar de que la vida me arrebató tu compañía y no me dio la oportunidad de conocerte sé que desde el cielo te sentirás feliz de mi logro por eso esto va dedicado con mucho cariño hacia ti Madre. A mis hermanos por siempre darme su ejemplo de seguir adelante a pesar de las dificultades que se les presentaba, siempre con el único propósito de ser independientes en la vida.

Tania

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en cada paso que doy día a día, por la salud que me brinda a diario, y por hacerme una persona fuerte y luchadora. A mi padre, por su amor incondicional y por ser mi apoyo en todo, siempre te llevare en mi corazón por todo lo que hiciste por mi desde que mi madre partió al otro mundo. A mis hermanos por brindarme de consejos para terminar mi carrera y llegar hacer una profesional. A todos los docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por brindarme todos sus conocimientos y experiencias a lo largo de la carrera los mismos que me ayudaron a crecer como persona y como una profesional.

Tania

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLA	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Limitaciones y delimitaciones	2
1.3. Problema General de Investigación.....	3
1.4. Problemas específicos de investigación	3
1.5. Objetivos	3
1.5.1. General	3
1.5.2. Específicos	4
1.6. Justificación	4
1.6.1. Justificación teórica	4
1.6.2. Justificación metodológica	4
1.6.3. Justificación práctica	4

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Antecedentes de la investigación.....	5
2.2. Referencia Teóricas.....	6
2.2.1. Plan Estratégico	6
2.2.1.1. Características de un Plan Estratégico	7
2.2.1.2. Etapas para la elaboración de un Plan Estratégico	7
2.2.1.3. Beneficios de la Planificación Estratégica	8
2.2.2. Planeación	9
2.2.3. Planificación	9
2.2.3.1. Tipos de Planificación.....	10

2.2.4.	<i>Estrategia</i>	10
2.2.4.1.	<i>Tipos de Estrategia</i>	10
2.2.5.	<i>Planificación Estratégica</i>	11
2.2.5.1.	<i>Beneficios de la Planificación Estratégica</i>	11
2.2.6.	<i>Plan</i>	12
2.2.6.1.	<i>Tipos de planes</i>	13
2.2.7.	<i>Análisis Estratégico</i>	13
2.2.8.	<i>Pensamiento Estratégico</i>	13
2.2.9.	<i>Escenario Situacional</i>	13
2.2.10.	<i>Análisis interno</i>	14
2.2.11.	<i>Análisis FODA</i>	14
2.2.12.	<i>Matriz EFI</i>	14
2.2.12.1.	<i>Pasos para realizar la matriz EFI</i>	15
2.2.13.	<i>Matriz EFE</i>	17
2.2.13.1.	<i>Pasos para realizar la Matriz EFE</i>	17
2.2.14.	<i>Filosofía Empresarial</i>	18
2.2.15.	<i>Misión</i>	18
2.2.16.	<i>Visión</i>	18
2.2.17.	<i>Principios y Valores</i>	19
2.2.18.	<i>Políticas</i>	19
2.2.19.	<i>Organigrama Estructural</i>	19
2.2.19.1.	<i>Ejemplo de organigrama estructural</i>	19
2.2.20.	<i>Análisis Externo</i>	20
2.2.20.1.	<i>Análisis de Porter</i>	20
2.2.20.2.	<i>Análisis PESTEL</i>	21
2.2.21.	<i>Objetivos</i>	21
2.2.21.1.	<i>Clasificación de los Objetivos:</i>	21
2.2.21.2.	<i>Método SMART</i>	22
2.2.22.	<i>Administración</i>	22
2.2.23.	<i>Proceso Administrativo</i>	22
2.2.24.	<i>Gestión</i>	23
2.2.24.1.	<i>Gestión Administrativa</i>	23
2.2.24.2.	<i>Beneficios de la Gestión Administrativa</i>	23
2.3.	<i>Marco conceptual</i>	24
2.3.1.	<i>Amenazas</i>	24
2.3.2.	<i>Análisis Interno</i>	24
2.3.3.	<i>Análisis Externo</i>	24

2.3.4.	<i>Debilidades</i>	24
2.3.5.	<i>Empresa</i>	24
2.3.6.	<i>Entorno</i>	25
2.3.7.	<i>Fortaleza</i>	25
2.3.8.	<i>Misión</i>	25
2.3.9.	<i>Visión</i>	25
2.3.10.	<i>Oportunidades</i>	25
2.3.11.	<i>Plan</i>	25
2.3.12.	<i>Ventaja Competitiva</i>	25

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	26
3.1.	Enfoque de la investigación	26
3.2.	Nivel de Investigación	26
3.2.1.	<i>Descriptivo</i>	26
3.2.2.	<i>Correlacional</i>	27
3.3.	Diseño de Investigación	27
3.3.1.	<i>No experimental</i>	27
3.3.2.	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo (transversal, longitudinal)</i>	27
3.3.2.1.	<i>Transversal</i>	27
3.4.	Tipo de estudio	27
3.4.1.	<i>Investigación documental</i>	27
3.4.2.	<i>Investigación de campo</i>	28
3.5.	Población	28
3.6.	Muestra	29
3.7.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	29
3.7.1.	<i>Métodos</i>	29
3.7.2.	<i>Técnicas</i>	30
3.7.3.	<i>Instrumentos</i>	30

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	31
4.1.	Resultados	31

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	45
5.1.	Propuesta	45
5.1.1.	<i>Titulo</i>	45
5.1.2.	<i>Contenido de la propuesta</i>	45
5.1.2.1.	<i>Diagnóstico Situacional</i>	46
5.1.2.2.	<i>Filosofía Estratégica Propuesta</i>	49
5.1.2.3.	<i>Estructura Organizacional</i>	52
5.1.2.4.	<i>Análisis Externo</i>	53
5.1.2.5.	<i>Objetivos estratégicos propuestos</i>	55
5.2.	Desarrollo de Estrategias	57
5.2.1.	<i>Programa 1: Nivel de Satisfacción del Cliente</i>	58
5.2.2.	<i>Programa 2: Campaña de Marketing</i>	60
5.2.3.	<i>Programa 3: Plan Estratégico</i>	62
5.2.4.	<i>Programa 4: Sistema de Reclutamiento de Talento Humano.</i>	64
5.2.5.	<i>Programa 5: Inducción de nuevos socios</i>	66
5.2.6.	<i>Programa 6: Capacitación Continua</i>	68
5.3.	Presupuesto financiero	69
	CONCLUSIONES	70
	RECOMENDACIONES	71
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1-3	Existencia de un Plan Estratégico en la Cía. de Taxis Megaestrataxi S.A.....	28
Tabla 1-4:	Nivel de compañerismo entre socios.....	32
Tabla 2-4:	Existencia de un Plan Estratégico en la Cía. De Taxis Megaestrataxi S.A.....	33
Tabla 3-4:	Importancia de la implementación de un Plan Estratégico para la Cía.....	34
Tabla 4-4:	Opiniones al momento de la toma de decisiones dentro de la Cía.....	35
Tabla 5-4:	Conocimiento de la existencia de la visión, misión y valores dentro de la Cía. .	36
Tabla 6-4:	Nivel de servicio que se brinda a los clientes de la Cía.....	37
Tabla 7-4:	Mejoramiento de la estructura organizacional mediante la implementación de un Plan Estratégico.....	38
Tabla 8-4:	Tipo de relación social entre los socios de la C.a Megaestrataxi S.A.....	39
Tabla 9-4:	Implementación de nuevas estrategias para el mejoramiento de los servicios dentro de la Cía.....	40
Tabla 10-4:	Nivel de aceptación de la actual Gestión Administrativa de la Cía.....	41
Tabla 11-4:	Conocimiento acerca de las siglas FODA y cuál es su función.....	42
Tabla 12-4:	Cuadro resumen de la entrevista dirigida al Sr Gerente de la Compañía Megaestrataxi S.A.....	43
Tabla 13-4:	Cuadro resumen de la aplicación de encuestas a los socios de la Cía.....	44
Tabla 1-5:	Matriz Foda de la compañía de taxi ejecutivo Megaestrataxi S.A.....	46
Tabla 2-5:	Matriz de Evaluación de Factores Internos de la Cia.Megaestrataxi S.A.....	46
Tabla 3-5:	Matriz de Evaluación de Factores Externos de la Cia.Megaestrataxi S.A.....	48
Tabla 4-5:	Análisis Pestel de la Compañía Megaestrataxi S.A.....	54
Tabla 5-5:	Objetivos estratégicos propuestos de la Cía. Megaestrataxi S.A.....	55
Tabla 6-5:	Ser una de las compañías transporte ejecutivo mejor calificado en el cantón Guano.....	57
Tabla 7-5:	Sistema de Evaluación.....	58
Tabla 8-5:	Mejoramiento de la posición de la compañía Megaestrataxi S.A.....	59
Tabla 9-5:	Publicidad.....	60
Tabla 10-5:	Implementación de Plan Estratégico.....	61
Tabla 11-5:	Implementación de Plan Estratégico.....	62
Tabla 12-5:	Contar solo con personal profesional.....	63
Tabla 13-5:	Evaluación del Talento humano.....	64
Tabla 14-5:	Incrementar el número de unidades existentes.....	65
Tabla 15-5:	Crecimiento de la Compañía.....	66
Tabla 16-5:	Mantener un personal capacitado y motivado.....	67

Tabla 17-5: Capacitación.....	68
Tabla 18-5: Presupuesto financiero requerido para el desarrollo de estrategias.....	69

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1:	Ubicación de la Empresa.....	3
Ilustración 1-2:	Matriz FODA	14
Ilustración 2-2:	Organigrama Estructural	20
Ilustración 3-2:	Análisis Pestel	21
Ilustración 4-2:	Proceso Administrativo	22
Ilustración 1-4:	Existencia de un Plan Estratégico en la Cía. de Taxis Megaestrataxi S.A..	33
Ilustración 2-4:	Importancia de la implementación de un Plan Estratégico para la Cía.	34
Ilustración 3-4:	Opiniones tomadas en cuenta al momento de tomar decisiones en la Cía.	35
Ilustración 4-4:	Conocimiento de la existencia de la visión, misión y valores dentro de la Cía.	36
Ilustración 5-4:	Nivel de servicio que se brinda a los clientes de la Cía.	37
Ilustración 6-4:	Mejoramiento de la estructura organizacional a través de un Plan Estratégico	38
Ilustración 7-4:	Tipo de relación social entre los socios de la C.a Megaestrataxi S.A	39
Ilustración 8-4:	Implementación de nuevas estrategias para el mejoramiento de los servicios dentro de la Cía.	40
Ilustración 9-4:	Nivel de aceptación de la actual Gestión Administrativa de la C.a.....	41
Ilustración 10-4:	Conocimiento acerca de las siglas FODA y cuál es su función.	42
Ilustración 1-5:	Contenido de la propuesta para la Cía. Megaestrataxi S.A	45
Ilustración 2-5:	Organigrama Estructural Propuesto	52

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENTREVISTA

ANEXO B: ENCUESTA

ANEXO C: SOCIOS DE LA COMPAÑÍA DE TAXI MEGAESTRATAXI S.A

ANEXO D: UNIDADES DE LA COMPAÑÍA DE TAXI MEGAESTRATAXI

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue elaborar un plan estratégico mediante el cual se buscó mejorar la gestión administrativa de la compañía de taxis Megaestrataxi S.A para el periodo 2022-2025 para llevar a cabo su análisis se vio necesario realizar la aplicación de las encuestas a los 25 socios y una entrevista dirigida al gerente de la compañía con preguntas óptimas para obtener los resultados buscados, posterior a eso se procedió a realizar un análisis actual de la compañía a través de la matriz de análisis interno como lo es la Evaluación de Factores Internos (EFI) describiendo la principales fortalezas y debilidades proporcionadas por socios mientras que para el análisis externo se realizó la matriz de la Evaluación de Factores Externos (EFE), las cinco fuerzas de Porter y un Analisis Pestel los mismos que ayudaron a determinar el entorno al que está expuesta la compañía. Con los resultados obtenidos se determinó que existe deficiencias en la gestión administrativa dentro de la compañía que generaba como consecuencia una compañía desmotivada por parte de sus socios, sin una filosofía empresarial a la cual regirse es por ello que se planteó el desarrollo de un plan estratégico que contiene una misión, visión, valores políticas ,organigrama estructural, objetivos estratégicos y el desarrollo de seis estrategias propuestas para el mejoramiento en el área administrativa necesarias dentro de la compañía. Finalmente concluido la elaboración del plan estratégico se espera la predisposición y compromiso de los socios de la compañía para la correcta ejecución del plan estratégico.

Palabras clave: <PLAN>, <ESTRATEGICO>, <GESTIÓN>, <ADMINISTRACIÓN>, <ANÁLISIS>.



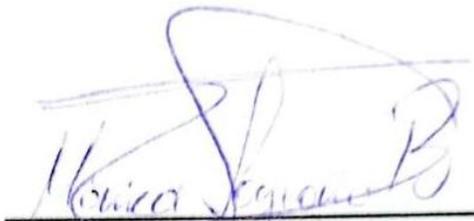
14-06-2023

1106-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The primary purpose of this research was to develop a strategic plan to improve the administrative management of Megaestrataxi S.A. taxi company for 2022-2025. Firstly, to carry out the analysis, it was necessary to conduct surveys among the 25 partners, and a structured interview with the company's manager using targeted questions to collect essential information. Subsequently, the company's current analysis was necessary using internal analysis tools such as the Internal Factors Evaluation (IFE) matrix. This matrix described the main strengths and weaknesses provided by the partners of the company. For the external analysis of the company, the External Factors Evaluation (EFE) matrix, Porter's Five Forces, and a Pestel Analysis enabled the assessment of the company's external environment. As a result, the findings determined deficiencies in the company's administrative management. These deficiencies involved a lack of motivation among the partners and a lack of guiding business philosophy. Therefore, developing a strategic plan including mission, vision, values, policies, organizational structure chart, strategic objectives, and the formulation of the six proposed strategies will contribute to the improvement of the administrative area in the company. Finally, once the strategic plan is completed, there is a great expectation of cooperation and commitment by partners for the successful implementation of the strategic plan.

Keywords: <PLAN>, <STRATEGIC>, <MANAGEMENT>, <ADMINISTRATION>, <ANALYSIS>.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mónica Logroño B.', is written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat cursive.

Lic. Mónica Logroño B.

060274953-3

INTRODUCCIÓN

La planificación estratégica es un proceso integral para conocer en que desea convertirse una organización a futuro teniendo en cuenta un límite de tiempo mediante el cual se pueda alcanzar los objetivos. Además, se considera como un proceso de evaluación para una organización donde a través de ello se busca regularizar los recursos necesarios con acciones conjuntas que permitirán alcanzar un objetivo organizacional.

Mediante un proceso sistemático, se adquiere un diagnóstico de la situación actual de la compañía empleando matrices de análisis tanto interno como externo que le permita identificar sus fortalezas y debilidades que posee, y posterior a ello determinar las amenazas que le afecta directamente a la compañía además de las oportunidades que posee su entorno las cuales pueden ser aprovechadas de manera adecuada para el crecimiento y desarrollo de la organización. Por tal motivo con el presente trabajo se procura mejorar la gestión administrativa de la compañía de taxis Megaestrataxi S. A.

El presente trabajo de investigación con título: PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE COMERCIAL EN TAXI EJECUTIVO MEGA ESTRATAXI MEGAESTRATAXI S.A, DEL CANTÓN GUANO, PERIODO 2022-2025, consta de 5 capítulos que contienen lo siguiente

En el primer capítulo se determina el problema de la investigación, sus limitaciones y delimitaciones además de sus problemas tanto generales como específicos que ayudaran a conocer los motivos del presente trabajo.

El segundo capítulo está constituido por bases teóricas de trabajos similares que utilizaron diversos autores y que sustentan el correcto proceso de este trabajo de investigación.

El tercer capítulo consta del enfoque y nivel de investigación además de las técnicas e instrumentos que se utilizara para la investigación, así también se determinara la población y su muestra para el estudio correspondiente.

El cuarto capítulo consta del marco de análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante instrumentos de investigación del capítulo anterior con el fin de conocer más acerca de la compañía y de sus colaboradores. Finalmente, en el capítulo cinco se desarrolla la propuesta con seis estrategias propuestas en base a un diagnóstico realizado al inicio de la investigación a través de encuestas a los socios de la compañía Megaestrataxi S.A

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Planteamiento del problema

La inexistencia de una planificación estratégica en las compañías de transporte de taxis en nuestro país no permite la existencia de una administración eficiente con un direccionamiento y una visión económica adecuada, teniendo en cuenta que esto repercute en la situación contable-financiera de las mismas.

La falta de conocimiento acerca de las herramientas administrativas da lugar a que la organización no tengan claro la importancia de tener una misión, visión y objetivos, las mismas que les ha limitado su desarrollo y mejoramiento en servicio al cliente.

Con el objetivo de mejorar los procesos empresariales de la Compañía de Taxi Ejecutivo “Mega Estrataxi Megaestrataxi S.A” se hace necesario realizar un diagnóstico, el mismo que permite tener una visión clara del entorno que rodea a la compañía esto en lo que es: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Para detener la problemática que se presenta en la Compañía de Taxi Ejecutivo “Mega Estrataxi Megaestrataxi S.A” nos inclinamos en mejorar su situación actual, a través de un plan estratégico.

1.2. Limitaciones y delimitaciones

La Compañía de transporte comercial en taxi ejecutivo Mega Estrataxi Megaestrataxi s.a. con número de RUC, 0691759431001 se encuentra ubicado en el cantón Guano, parroquia el Rosario específicamente en el Barrio 20 de diciembre a media cuadra de las canchas, como referencia. La misma que se dedica al servicio de taxis como actividad económica poniéndose al servicio del público con la finalidad de ofrecer a la sociedad un servicio de calidad, a través de unidades modernas y seguras.

Actualmente la Compañía de transporte comercial en taxi ejecutivo Mega Estrataxi Megaestrataxi s.a., cuenta con 25 unidades de transporte al servicio de la sociedad.



Ilustración 1-1: Ubicación de la Empresa

Fuente: Cía., De Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza, Tania, 2022.

1.3. Problema General de Investigación

¿De qué forma la implementación de un Plan Estratégico influirá en la gestión Administrativa de la Compañía de Taxi Ejecutivo “Mega Estrataxi Megaestrataxi S.A.?”

1.4. Problemas específicos de investigación

¿Cuáles son los beneficios de poseer un Plan Estratégico en la compañía Mega Estrataxi Megaestrataxi?

¿Cuáles serán los instrumentos y técnicas que permitirán conocer la situación actual de la Compañía?

1.5. Objetivos

1.5.1. General

Diseñar un Plan de Estratégico mediante la utilización de herramientas de gestión para mejorar la administración de la Compañía de Transporte Comercial en Taxi Ejecutivo Mega Estrataxi Megaestrataxi S.A.

1.5.2. Específicos

- Realizar un Diagnóstico de la Compañía de Taxi Ejecutivo Mega Estrataxi Megaestrataxi S.A por medio de la aplicación de una entrevista y unas encuestas a los socios de la compañía para conocer la situación actual de la misma.
- Recopilar información a través de libros, revistas y artículos científicos para argumentar científicamente la investigación.
- Elaborar la propuesta mediante la implementación de un plan estratégico para fortalecer la gestión administrativa de la compañía.

1.6. Justificación

1.6.1. Justificación teórica

En la presente investigación el plan estratégico contribuirá a identificar bases teóricas suficientes en base a características y lineamientos que permitan mejorar los procesos administrativos dentro de la Compañía de Taxi Ejecutivo Megaestrataxi S.A, a través de libros, revistas, artículos y páginas de internet.

1.6.2. Justificación metodológica

La metodología de investigación ayudará en la recopilación de datos sobre la administración actual que tiene la Compañía para ello se utilizara metodologías participativas como encuestas y entrevistas, que permitan obtener información de campo, útil para la presente investigación. El presente trabajo de titulación inicia en la investigación científica, puesto que se utiliza una metodología en base a métodos, técnicas e instrumentos, para la elaboración del Plan Estratégico.

1.6.3. Justificación práctica

No existe justificación práctica en el presente tema de investigación ya que solo se le entregara el Plan Estratégico en físico a la Compañía para su posterior uso si así ella lo considera.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Dentro de este tema de investigación mencionaremos trabajos similares ya ejecutados que nos servirán como un apoyo indispensable para nuestro análisis investigativo, proporcionando una información útil, para llevar a cabo la investigación planteada anteriormente.

En la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, María Recuenco en su Tesis, "DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA DE TAXIS WILSON MOROCHO S. A, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PERIODO 2020 – 2023". Menciona que:

En la presente investigación la autora concluye que la compañía al no contar con un plan estratégico se ha venido manteniendo en una situación donde su cultura organizacional es débil por ende menos competitiva de tal manera que no le permitía crecer ya que dentro de cualquier institución se necesita contar con bases administrativas que permitan primero conocer la situación actual y luego mejorarla a través de técnicas y procesos administrativos.

La inexistencia de un plan estratégico en la compañía de taxis Wilson Morocho S.A., ha limitado su crecimiento debido a que, a pesar de contar con un sólido y comprometido grupo de socios, no poseen una cultura organizacional fuerte, tampoco cuentan con estrategias, políticas, valores corporativos que les permitan mantenerse en un mismo direccionamiento, procurando la mejora constante del servicio y mantener así una ventaja competitiva mejorando la competencia existente en la ciudad. (Recuenco M. , 2020)

Por otra parte, el trabajo de titulación de Ruth Saigua, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo con el tema "DISEÑO DE UN PLAN DE GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMPAÑÍA LIBERTADORES LIBERTAXIS S. A EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERIODO 2017-2022". En su análisis concluye que:

Para la ejecución del plan estratégico mediante la implementación de publicidad, podremos obtener nuevos nichos de mercado de la ciudad de Riobamba, lo cual nos ayudara a fortalecer personal y económicamente mediante las nuevas estrategias planteadas, para lo cual se considera el 10% de incremento en los gastos para el año N.º 1 su valor es de \$13310 y para el año base es

\$12100 para la implementación del plan estratégico. Tomando en consideración la inflación que mantiene nuestro país y la competencia de la misma se debe aplicar todas las estrategias que ayuden a ser reconocidas en el mercado local y provincial. (Saigua, 2017). En esta tesis se puede apreciar que la autora hace énfasis en que la publicidad juega un papel importante para llevar a cabo la ejecución de un plan estratégico, pues la misma ayuda a expandirse abriéndose nuevos nichos de mercado mediante estrategias que ayuden al fortalecimiento empresarial, tomando en cuenta la situación actual del país.

En el siguiente trabajo de investigación perteneciente al estudiante Edison Bustillos, de la Escuela Superior politécnica de Chimborazo, en su tesis denominada: “FORMULACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TAXIS HOSPITAL HOSPITAXI S.A., RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PERÍODO 2017 – 2022”. En una de sus conclusiones manifiesta que:

El plan estratégico contiene varias estrategias con sus respectivos proyectos que ayudan a lograr una misión clara de la situación actual de la compañía y una visión que oriente a la misma a la obtención de los objetivos; de esta forma convertir la debilidad en fortalezas y las amenazas en oportunidades evidenciándose niveles altos de eficiencia y eficacia que contribuyen al éxito de la COMPAÑÍA DE TAXISHOSPITAL HOSPITAXIS S.A, RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. (Bustillos, 2018).

A través de los temas de titulación revisados anteriormente que serán de gran ayuda para el presente tema de investigación ya que podemos analizar de manera general que los autores tienden a relacionar la importancia de elaborar de un Plan Estratégico dentro de una Compañía de Taxis, con el objetivo de fortalecer la administración actual por la cual atraviesan dichas compañías de Transporte.

2.2. Referencia Teóricas

Ha, continuación se procede a conceptualizar temas relacionados a la investigación para su efectivo desarrollo y comprensión.

2.2.1. Plan Estratégico

“El plan estratégico es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro.

“La Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el que hacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno.” (Roncancio, 2018)

“La planificación o planeación estratégicas de la empresa es un proceso que te permite definir la Visión de tu empresa (futuro), y en base a ella, poder desarrollar procedimientos y acciones para alcanzarla efectivamente.” (Ruiz M. , 2019)

2.2.1.1. *Características de un Plan Estratégico*

De acuerdo con. (Trenza, 2020) Las características de un Plan Estratégico son las siguientes:

- Cuantitativo:** Traducir en cifras el objetivo que se quiere lograr.
- Personalizado:** Definir qué persona, con nombres y apellidos, de quien va a realizar cada tarea.
- Descriptivo:** Definir concretamente la tarea a realizar.
- Temporal:** Indicar la fecha y plazos para ejecutar las tareas a realizar.

2.2.1.2. *Etapas para la elaboración de un Plan Estratégico.*

Según (Recuenco M. , 2020) las etapas son las siguientes:

- Primera etapa:** Análisis de la situación, tanto externa como interna de la unidad objeto de planificación: una corporación, toda la empresa, una unidad de negocio, etc.
- Segunda etapa:** Diagnóstico de la situación, elaborado a partir del «sempiterno» DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) y de la matriz de posición competitiva.
- Tercera etapa:** Sistema de objetivos corporativos, donde se recogen decisiones tan estratégicas como la misión, la visión, objetivos estratégicos para los próximos tres años.
- Cuarta etapa:** Elección de las estrategias tanto de las corporativas como de las competitivas y de las funcionales
- Quinta etapa:** Decisiones operativas: planes de acción, priorización de estos, cuenta de explotación previsional y sistema de seguimiento y control.

2.2.1.3. *Beneficios de la Planificación Estratégica*

Adaptación proactiva al cambio

En la actualidad, el cambio se produce de manera más rápida y es mucho más extensivo que nunca. Esto puede afectar a muchas organizaciones y poner en riesgo su supervivencia a mediano y largo plazo.

Uno de los beneficios de la planeación estratégica es que ayuda a los líderes a enfrentar de manera creativa e inteligente los retos que representa la incertidumbre del cambio.

Creación de equipos de trabajo altamente eficientes

Enseña a los equipos ejecutivos a funcionar como un equipo altamente eficaz al participar en la construcción y el apoyo del plan estratégico.

Esto permite que se maximice la actuación individual y la grupal, lo que potencia, a su vez, su efectividad y su responsabilidad.

Perfeccionamiento del proceso de toma de decisiones

El proceso de planificación estratégica implica la toma de decisiones difíciles. Esto representa una oportunidad para que las organizaciones perfeccionen sus procesos de toma de decisiones.

Mejor uso del tiempo y los recursos

Todas las organizaciones tienen límites en cuanto a tiempo, recursos financieros y recursos humanos.

La planeación estratégica puede determinar cuál es la mejor manera de disponer de esos recursos y de sacarles el mejor provecho.

Desde esta perspectiva, es necesario que todos los gastos de la organización sean evaluados para determinar de qué manera estos contribuirán a alcanzar los resultados clave.

Creación de un marco para la comunicación interna

Uno de los grandes beneficios de la planeación estratégica es que promueve la creación de un marco para la comunicación interna.

A través de la comunicación efectiva se negocian las diferencias y se alinean los intereses para lograr el consenso.

La comunicación interna eficaz garantiza que los miembros de la organización están trabajando en colaboración para lograr los objetivos estratégicos trazados. (Castillo, 2017)

2.2.2. Planeación

La planeación es la determinación de lo que va a hacerse, incluye decisiones de importancia, como el establecimiento de políticas, objetivos, redacción de programas, definición de métodos específicos, procedimientos y el establecimiento de las células de trabajo y otras más. (Adala Kuri, 2018)

Planeación es la fijación de los objetivos, estrategias, políticas, programas, procedimientos y presupuestos: partiendo de una previsión, para que el organismo social cuente con las bases que se requieren encause correctamente las otras fases del proceso administrativo. (Luna Gonzalez, 2015)

2.2.3. Planificación

Para (Bernal.M, 2016).” La planificación es la primera función administrativa porque sirve de base para las demás funciones. Esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos; por tanto, es un modelo teórico para actuar en el futuro. La planificación comienza por establecer los objetivos y detallar los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planificación determina donde se pretende llegar, que debe hacerse, como, cuando y en qué orden debe hacerse.”

La planificación desde el punto de vista administrativo es la primera función porque sirve de base para las demás funciones administrativas. Agrega que esta función determina por anticipado cuáles son los objetivos que deben cumplirse y que debe hacerse para alcanzarlos; por ende, define la planificación como un modelo teórico para actuar en el futuro, donde se establecen los objetivos y se detallan los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. Con la planificación se determina donde se pretende llegar, que debe hacerse, como, cuando y en qué

orden debe hacerse. (Costa, 2006)

2.2.3.1. *Tipos de Planificación*

Para (Uriarte J. , 2020) los tipos de Planificación son:

Planificación estratégica. Los objetivos se establecen a largo plazo, sumando metas parciales u objetivos específicos e integrando circunstancias internas y externas por igual. Suele realizarse en los ámbitos de jerarquía y no en los operativos.

Planificación táctica. Se realiza de manera continua, determinando las acciones en forma sistemática y va ajustándose en relación con los impactos logrados o a los cambios en las circunstancias.

Planificación operativa. Incluye planeamientos menores, metas específicas a corto plazo y se ejecuta normalmente en los sectores operativos.

Planificación normativa. Tiene como objetivo conformar normas y reglamentos para su aplicación a largo plazo y define, por ejemplo, la manera de actuar en la empresa o metas generales, sustentables en el tiempo.

2.2.4. *Estrategia*

La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos.

2.2.4.1. *Tipos de Estrategia*

Estrategias corporativas: Se diseñan en base al cómo, dónde y con qué valores ejercemos nuestra actividad. Es una estrategia que se establece a largo plazo, que marca la dirección general del negocio y define parámetros fundamentales como la misión, la visión (dónde queremos ir), el mercado, la cultura y los valores de la empresa, entre otras. Es decir, definen quienes somos, a quién nos dirigimos y cómo hacemos nuestro trabajo.

Estrategias competitivas o de negocio: Son las estrategias que definen cómo vamos a competir en el mercado. A diferencia de lo que ocurre con la corporativa, en la estrategia competitiva se analiza cómo funcionan los competidores. Por momentos, este análisis se puede asemejar a un

juego de ajedrez. Dependiendo de cómo se muevan los demás, moveremos las piezas de nuestra estrategia. Esta estrategia se plasma en la conocida Unidad Estratégica de Negocio, y responde a la pregunta de cómo competir en cada negocio.

Estrategias funcionales u operativas: Estas estrategias se centran en cómo utilizar y aplicar los recursos y habilidades dentro de cada área funcional de cada negocio o unidad estratégica, con el fin de maximizar la productividad de dichos recursos. Las áreas funcionales más características son: producción, comercialización, financiación, recursos humanos, tecnología y compras. (Huertas, 2018)

2.2.5. Planificación Estratégica

La planificación estratégica es el proceso de documentar y establecer una dirección para la organización, evaluando dónde se encuentra y hacia dónde va. De esta manera, es posible establecer la misión, visión, valores, los objetivos a largo plazo y los planes de acción que utilizará para alcanzarlos. (Escobar, 2021)

2.2.5.1. Beneficios de la Planificación Estratégica

Adaptación proactiva al cambio

En la actualidad, el cambio se produce de manera más rápida y es mucho más extensivo que nunca. Esto puede afectar a muchas organizaciones y poner en riesgo su supervivencia a mediano y largo plazo.

Uno de los beneficios de la planeación estratégica es que ayuda a los líderes a enfrentar de manera creativa e inteligente los retos que representa la incertidumbre del cambio.

Creación de equipos de trabajo altamente eficientes

Enseña a los equipos ejecutivos a funcionar como un equipo altamente eficaz al participar en la construcción y el apoyo del plan estratégico.

Esto permite que se maximice la actuación individual y la grupal, lo que potencia, a su vez, su efectividad y su responsabilidad.

Perfeccionamiento del proceso de toma de decisiones

El proceso de planificación estratégica implica la toma de decisiones difíciles. Esto representa una oportunidad para que las organizaciones perfeccionen sus procesos de toma de decisiones.

Mejor uso del tiempo y los recursos

Todas las organizaciones tienen límites en cuanto a tiempo, recursos financieros y recursos humanos.

La planeación estratégica puede determinar cuál es la mejor manera de disponer de esos recursos y de sacarles el mejor provecho.

Desde esta perspectiva, es necesario que todos los gastos de la organización sean evaluados para determinar de qué manera estos contribuirán a alcanzar los resultados clave.

Creación de un marco para la comunicación interna

Uno de los grandes beneficios de la planeación estratégica es que promueve la creación de un marco para la comunicación interna.

A través de la comunicación efectiva se negocian las diferencias y se alinean los intereses para lograr el consenso.

La comunicación interna eficaz garantiza que los miembros de la organización están trabajando en colaboración para lograr los objetivos estratégicos trazados. (Castillo, 2017)

2.2.6. Plan

Un plan es ante todo la consecuencia de una idea, generalmente y en función de lograr una óptima organización, adoptará la forma de un documento escrito en el cual se plasmará dicha idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos y que fueron la motivación del plan. (Ucha, 2008)

2.2.6.1. *Tipos de planes*

Dentro de una organización vale destacar que los tipos de planes más utilizados son:

Plan Estratégico

El plan estratégico es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico-financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa u organización cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro. (Sanchez, 2016).

Plan Operacional

Es un documento oficial en el que los responsables de una organización o entidad establecen una serie de objetivos que se desean cumplir. En otras palabras, se trata de una estrategia general en la que se indica qué se quiere conseguir y cuáles son los pasos para lograrlo. (Navarro J. , 2016).

2.2.7. *Análisis Estratégico*

Para (Quiroa, 2021).Análisis Estratégico es:

“Un proceso que resulta fundamental para la toma de decisiones y se basa en el análisis del entorno interno y externo de una organización.”

2.2.8. *Pensamiento Estratégico*

Según (Peiro, 2021).El pensamiento estratégico es aquel que se centra en un enfoque orientado hacia el futuro. Tiene en cuenta una estrategia para conseguir algo en concreto, además de un plan de acción para lograr los objetivos deseados. Este tipo de pensamiento está muy relacionado con el sector empresarial, aunque se puede aplicar a cualquier otro ámbito.

2.2.9. *Escenario Situacional*

Para (Quiroa, 2020).El Escenario Situacional es:

“Un estudio que se realiza con la finalidad de conocer cómo se encuentra la empresa en un momento determinado, para ello se analiza el entorno interno y externo en el que se desenvuelve.”

2.2.10. Análisis interno

Según (Quiroa, 2020) El análisis interno de una empresa son una serie de técnicas para conocer el estado de todos sus factores internos. Tales como las capacidades y los recursos que puedan ser utilizados para desarrollar o mantener su ventaja competitiva.

2.2.11. Análisis FODA

Para (Sarli, Gonzales, & Ayres, 2015). El análisis FODA proviene del acrónimo en inglés SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats); en español, aluden a fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.



Ilustración 1-2: Matriz FODA

Realizado Por: Chicaiza, T.2022.

2.2.12. Matriz EFI

Para (Muelle, 2019). La matriz EFI, conocida también como MEFI, son las siglas de Matriz de Evaluación de Factores Internos. Además, que es una herramienta que permite realizar una auditoría interna y así entender las fortalezas y debilidades de una empresa o de alguna de sus áreas funcionales.

2.2.12.1. Pasos para realizar la matriz EFI

Para (Muelle, 2019) los pasos a realizar la matriz EFI son los siguientes:

1. Crear un cuadro y llenarlo

En primer lugar, debes hacer un cuadro con cuatro columnas. La primera será para que coloques la lista de las fortalezas y debilidades del sector que quieres analizar o de toda la empresa en el caso que busques un análisis general.

Debes ser bastante **específico**. Dedícale un tiempo razonable a tu lista, colocando en ella los factores que has identificado.

Mientras más elementos tenga tu lista mejor. Así podrás tener una mejor visión general. Empieza por las fortalezas y después pasa a las debilidades. Una vez que tengas como mínimo unos 10 elementos en tu lista puedes pasar a la siguiente etapa.

2. Establece índices de valor

Ahora que tienes una lista con las fuerzas y debilidades del negocio, llegó el momento que le atribuyas una nota a cada uno de sus elementos. Para eso utilizarás la segunda columna.

Le pondrás una nota que varíe entre 0,00 y 1,00 a cada uno de los factores de tu lista. Donde **0 es un factor sin importancia y 1,00 es un factor muy importante** para el éxito de la marca.

Al sumar las notas de todos los elementos de tu lista el valor total debe ser 1,00. Por tanto, ten cuidado al dar los valores a cada uno de los factores de tu lista para que el total no pase este valor. Por ejemplo, si tienes 8 fortalezas en tu lista y 9 debilidades, le pondrás una nota a cada elemento de acuerdo con su relevancia en el resultado final, independientemente si es algo positivo o negativo. La suma de la nota de los 17 factores debe dar 1,00.

3. Clasifica los factores

Una vez que completaste la segunda columna llegó el momento de pasar a la tercera. En ella colocarás un valor entre 1 y 4 con las siguientes atribuciones:

Debilidad Mayor.

Debilidad Menor.

Fortaleza Menor.

Fortaleza Mayor.

Una vez que cada factor de la lista tiene su valor atribuido puedes pasar a la última columna.

4. Cruza los datos añadidos

En este paso llegó el momento de **multiplicar la segunda con la tercera columna** de cada uno de los elementos de tu lista, creando la cuarta columna.

Por ejemplo, si en una debilidad colocaste una nota de 0.05 en la segunda columna porque no tenía mucha importancia.

Y en la tercera columna le diste una nota 2 por ser una debilidad menor, al multiplicar las dos columnas la calificación ponderada es 0,10. Este valor deberás colocarlo en la cuarta columna.

5. Suma los factores para llegar a una conclusión

Una vez calculada la calificación ponderada de todos los factores llegó el momento de realizar el último paso. Sumar las calificaciones ponderadas de todos los elementos de tu lista.

El valor de esta suma dará entre 1,00 y 4,00, siendo que el valor promedio de la calificación total ponderada es 2,5.

Si tu resultado es menor a esta media quiere decir que tu marca o el sector auditado es débil. En el caso que el resultado sea mayor que 2,5 quiere decir que es fuerte.

A pesar de que el resultado final te da una visión bastante clara de la situación de la marca, todo el proceso debe ser analizado.

Las informaciones obtenidas para la creación de la matriz te permiten tener un contacto real con informaciones que muchas veces pueden pasar desapercibidas.

2.2.13. Matriz EFE

Según (Shum, 2018) La matriz EFE

Una herramienta de diagnóstico que permite realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de una marca, dentro del instrumento facilita la formulación de diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos.

2.2.13.1. Pasos para realizar la Matriz EFE

1: Realiza una lista de los factores más importantes que pueden impactar en el éxito de la marca dentro del entorno externo.

En este paso se debe seleccionar entre 10 a 20 factores, donde se debe incluir las oportunidades y amenazas, que influye a la marca y al sector que se dedica.

2: Asigna un peso relativo a cada factor

El peso de cada factor va desde 0.0, menos importante a 1.0 muy importante, hay que recalcar que el peso indica la importancia del factor y su influencia para alcanzar el éxito en el sector.

3: Es hora de asignar la calificación a cada factor

Es hora de atribuir una calificación a cada uno, la cual se divide en cuatro valores entre 1 y 4 a cada uno de los factores, a efecto de indicar si el factor representa una debilidad mayor = 1, una debilidad menor calificación = 2, una fuerza menor =3 o una fuerza mayor calificación = 4.

4: Define la calificación ponderada

Es la hora de multiplicar el valor asignado de cada factor, del paso 2 por su calificación correspondiente, del paso 3, al realizarlo obtenemos la calificación ponderada.

5: Determina el valor ponderado

Al terminar de completar el paso 4, es hora de calcular el valor ponderado, que es la suma de todas las calificaciones ponderada. El total de ese valor está entre el 1.0 (como el valor más bajo)

y 4.0 (el valor más alto), el valor promedio del valor ponderado es de 2.5. (Shum, 2018)

2.2.14. Filosofía Empresarial

Según (Sy Corvo, 2021) La filosofía empresarial o filosofía de una empresa es la reunión de la cultura o ambiente de una empresa en un grupo de valores centrales que informan todos los aspectos de sus prácticas comerciales.

A menudo, esto se conoce como la declaración de la misión o visión de la compañía. Esta filosofía explica cuáles son los objetivos generales de la empresa y su propósito.

Asimismo, también describe cuáles son los valores que tienen más importancia para la empresa.

2.2.15. Misión

La misión de una organización empresarial está focalizada en lo que somos por dentro, definiendo nuestra esencia y el porqué de la existencia de nuestra marca. (Torreblanca, 2015)

Para (García, 2013).La misión representa:

“La razón de existencia de la empresa, es la finalidad o motivo que condujo a la creación de la organización. La misión debe ser objetiva, clara e inspiradora. Define la estrategia corporativa e indica el camino que debe seguir la organización.”.

2.2.16. Visión

Según (Fleitman, 2008)menciona que la Visión es:

“El camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”

La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar. (Cuevas, 2020)

2.2.17. Principios y Valores

Según la (Graus, 2021). Define a los principios y valores de la siguiente manera:

Los principios son un sistema de normas o leyes que deben ser cumplidas para que un sistema funcione adecuadamente. Son universales, por lo tanto, aplican a todos los individuos y son necesarios para obrar de manera correcta.

Los valores son aptitudes o cualidades individuales que definen la conducta de un individuo en la sociedad. Dichos valores derivan de los principios éticos universales, de allí que su objetivo sea guiar a los individuos a obrar correctamente, de forma individual y colectiva.

2.2.18. Políticas

Para (Marin, 2021). La política es:

“El conjunto de relaciones derivadas de la interacción de los seres humanos como consecuencia de vivir en sociedad.”

2.2.19. Organigrama Estructural

Un organigrama estructural es aquel que, partiendo de una cadena de mando, muestra la estructura administrativa existente en una organización.

Por tanto, el organigrama estructural, lo que nos está indicando es como se determinan los diferentes puestos, de manera que se conozca el grado de autoridad y responsabilidad.

Su ventaja principal radica en este aspecto, ya que la jerarquía es clara para todos. Su principal inconveniente es que no es adecuado para aquellas organizaciones que optan por relaciones de tipo informal.

2.2.19.1. Ejemplo de organigrama estructural

Imaginemos una fábrica de embutidos. Una estructura básica es parecida a la que muestra la imagen. En ella aparecen tres niveles de autoridad, la dirección general, las diferentes direcciones secundarias y los departamentos. Si nos fijamos, en cada puesto aparecerá el nombre del responsable, el director general, los directores de área y los jefes de cada sección. (Rus Areas, 2020)

Organigrama estructural



WWW.ECONOMIPEDIA.COM

Ilustración 2-2: Organigrama Estructural

Realizado Por: Chicaiza, T.2022.

2.2.20. Análisis Externo

Según (Perez A. , 2021).Un análisis externo es una evaluación objetiva de los cambios en marcha a nivel mundial que permite comprender mejor el entorno en que actúa la empresa. Los resultados que ofrece esta investigación en profundidad pueden servir como alerta temprana para identificar tanto amenazas potenciales como oportunidades.

2.2.20.1. Análisis de Porter

Según (Vesga, 2020).Las cinco fuerzas de Porter son un marco de análisis del nivel de competencia dentro de una determinada industria. De acuerdo con este método de análisis, la competencia no procede de los competidores exclusivamente. Se propone en cambio que el estado de la competencia en una industria dependa principalmente de cinco fuerzas que es necesario evaluar:

- Amenaza de los nuevos competidores
- Poder de negociación de los proveedores
- Poder de negociación de los compradores
- Amenaza de productos o servicios sustitutos
- Rivalidad existente entre competidores de la industria

2.2.20.2. Análisis PESTEL

Para (Ruiz M. , 2020).El Análisis PESTEL se basa en la descripción del entorno de la empresa mediante la consideración de los elementos: Políticos, Económicos, Sociocultural, Tecnológicos, Ambientales y Legales.

Toma en cuenta, que no es más que un instrumento para el análisis estratégico del entorno global económico en donde se desarrolla la empresa.

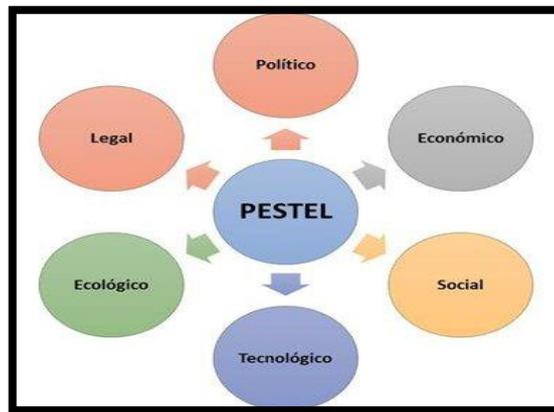


Ilustración. 3-2: Análisis Pestel

Realizado Por: Chicaiza, T.2022.

2.2.21. Objetivos

Los objetivos son las metas para alcanzar, el lugar (real o ideal) al que se pretende llegar con un proyecto o acción. (Uriarte J. M., 2020)

2.2.21.1. Clasificación de los Objetivos:

Según (Uriarte J. M., 2020).Los objetivos se clasifican en:

- Generales. Metas amplias y abarcativas, el propósito central.
- Específicos. Puntuales, concretos, medibles.
- Operativos. Cuantificables y verificables.

2.2.21.2. Método SMART

Para (Trenza, Metodo Smart, 2019) .El método SMART es una herramienta para definir de forma inteligente tus objetivos. Se clasifican de la siguiente manera:

- S** ⇒ Específico. - **Concreta ¿Qué quieres conseguir?**
- M** ⇒ Medible. - **¿Cómo puedes medir su eficiencia?**
- A** ⇒ Alcanzable. - **¿Es realista y Posible?**
- R** ⇒ Relevante. - **¿Por qué es para tu empresa importante conseguirlo?**
- T** ⇒ Temporal. - **Con fecha de ejecución ¿Cuánto tienes para conseguirlo?**

2.2.22. Administración

Administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos. (Correa, 2019)

2.2.23. Proceso Administrativo

El proceso administrativo es un conjunto de etapas (planificación, organización, dirección y control) cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible. (Lopez J. , 2019)



Ilustración 4-2: Proceso Administrativo

Realizado Por: Chicaiza, T.2022.

2.2.24. Gestión

La gestión es un conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo. (Westreicher, 2020)

2.2.24.1. Gestión Administrativa

La gestión administrativa es el conjunto de tareas y actividades coordinadas que ayudan a utilizar de manera óptima los recursos que posee una empresa. Todo esto con el fin de alcanzar los objetivos y obtener los mejores resultados. (Quiroa, 2020)

La gestión administrativa se refiere al conjunto de actividades que se realizan con la finalidad de dirigir una empresa a través de conducciones que proceden de los recursos, el esfuerzo y las diferentes tareas desempeñadas. (Pacheco, 2020)

2.2.24.2. Beneficios de la Gestión Administrativa

1. Incremento de la productividad

En primer lugar, cuando se emplea la gestión administrativa de forma correcta permite que se puedan aplicar todos los procesos de manera más simple y sencilla. Lo que optimiza el funcionamiento de todas las actividades de la empresa. Generando un incremento de la productividad, dado que se pueden modificar y adecuar todos los procesos que afectan en forma negativa la productividad.

2. Centrarse en el logro de los objetivos

En segundo lugar, al centrar todas las tareas y actividades en la consecución de los objetivos, todos los esfuerzos se dirigen en la misma dirección. Esto se consigue teniendo una correcta planificación, un conjunto de estrategias bien definidas y un equipo de trabajo que opera de forma coordinada. Todo esto en conjunto hace que los objetivos se alcancen en los tiempos previamente establecidos.

3. Maximizar el uso de los recursos

En tercer lugar, al tener bien definidos los objetivos, las estrategias y al tener los equipos de

trabajo coordinado se pueden ahorrar todo tipo de recursos. Tales como tiempo, dinero y recursos materiales. Dado que todo se usa de manera más inteligente y eficaz.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Amenazas

“El término amenaza es una palabra que se utiliza para hacer referencia al riesgo o posible peligro que una situación, un objeto o una circunstancia específica puede conllevar para la vida, de uno mismo o de terceros.” (Bembibre, 2010)

2.3.2. Análisis Interno

“El análisis interno de una empresa, consiste en evaluar los recursos, habilidades y competencias de dicha empresa para poder adoptar las herramientas estratégicas pertinentes y poder adquirir así un nivel de resultados óptimo.” (kyocera, 2021).

2.3.3. Análisis Externo

“El análisis externo es aquel que ayuda a una empresa a identificar y evaluar todos los factores externos como acontecimientos, situaciones y tendencias que afectan a su desempeño, y que no puede controlar.” (Quiroa, 2020)

2.3.4. Debilidades

“Las debilidades son todos los factores internos que hacen que la empresa se encuentre en una posición desfavorable frente a sus competidores”. (Quiroa, 2020)

2.3.5. Empresa

“Una empresa es una organización de personas y recursos que buscan la consecución de un beneficio económico con el desarrollo de una actividad en particular. Esta unidad productiva puede contar con una sola persona y debe buscar el lucro y alcanzar una serie de objetivos marcados en su formación”. (Sanchez, 2015)

2.3.6. Entorno

“Se denomina entorno a todo aquello que rodea a una persona o a un objeto particular, pero sin formar parte de él.” (Deborah, 2015)

2.3.7. Fortaleza

“Cuando hablamos de fortalezas, nos referimos a aquellos aspectos de la vida y de la personalidad de un individuo o de una organización que son considerados positivos, en la medida en que permiten superar obstáculos, evitar problemas o sobreponerse a situaciones adversas”. (Etece, 2021)

2.3.8. Misión

“Se puede definir la misión como la identidad y la razón de ser de una empresa, es decir, por qué surgió, cuáles son sus intereses, objetivos y qué le ofrece de especial a los clientes”. (Grudemi, 2018)

2.3.9. Visión

“La visión describe una expectativa ideal sobre lo que se espera que la organización sea o alcance en un futuro. Debe ser realista, pero puede ser ambiciosa; su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo”. (Etece, 2021)

2.3.10. Oportunidades

“Las oportunidades, por lo tanto, son los instantes o plazos que resultan propicios para realizar una acción.”. (Perez J. , 2019)

2.3.11. Plan

“Es un conjunto coherente de metas e instrumentos que tiene como fin orientar una actividad humana en cierta dirección anticipada.” (Ayala, 2021)

2.3.12. Ventaja Competitiva

“Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás”. (Arias, 2016)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

Cualitativo

La investigación cualitativa ayuda a identificar los diversos comportamientos y las actitudes que poseen los sujetos de estudio en una investigación. (Ruiz P. , 2015).

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, debido a la utilización de la entrevista como técnica, que otorga datos relacionados con atributos, comportamientos, reacciones, entre otros.

Cuantitativo

El enfoque cuantitativo de investigación se orienta a la medición que se realiza sobre las variables y el análisis numérico de la información obtenida. (Navarro, 2017).

Esta investigación es también cuantitativa, porque hace uso de la encuesta como técnica de levantamiento de datos, que arroja a su vez, porcentajes, es decir información numérica para dicha investigación.

3.2. Nivel de Investigación

3.2.1. *Descriptivo*

El nivel descriptivo permite determinar los atributos y características y de los grupos de estudio que se sometan a un análisis. (Hernandez, 2014).

Este nivel está presente en la investigación ya que se necesita investigar acerca de la situación actual de la Compañía de Taxis Mega Estrataxi S.A.

3.2.2. Correlacional

La investigación correlacional consiste en evaluar dos variables, siendo su fin estudiar el grado de correlación entre ellas. (Rus Arias, 2020)

Para la presente investigación se tomará en cuenta el grado de correlación entre la variable independiente y la variable dependiente.

3.3. Diseño de Investigación

Según la manipulación de la variable independiente

3.3.1. No experimental

Al no existir una manipulación directa de las variables y al tratarse de una investigación que involucra comportamientos, se trata de un diseño no experimental. El diseño de investigación experimental se lo desarrolla con la intención de manipular las variables y es más utilizado en las ciencias de la naturaleza. (Hernandez, 2014)

La presente investigación no es experimental ya que es un estudio de campo donde se receptorá toda la información necesaria para el trabajo de titulación.

3.3.2. Según las intervenciones en el trabajo de campo (transversal, longitudinal)

3.3.2.1. Transversal

Recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Huairé, 2019). En el presente trabajo de investigación se realiza un estudio transversal porque permite realizar la observación de variables en un momento determinado

3.4. Tipo de estudio

3.4.1. Investigación documental

Se considera que la investigación documental “La investigación documental es aquella que obtiene la información de la recopilación, organización y análisis de fuentes documentales

escritas, habladas o audiovisuales.” (Rus Arias, 2020)..

Por tal razón, el presente proyecto hizo una amplia recopilación de documentos digitales tales como tesis, trabajos de titulación, artículos científicos y libros para la sustentación teórica de cada una de las definiciones requeridas de acuerdo con el tema planteado.

3.4.2. Investigación de campo

El estudio de campo tiene como finalidad recolectar y guardar organizadamente los datos referentes al tema de estudio, el análisis y la interrogación son las principales herramientas que se utilizarán en la investigación. (Baena, 2014).

Se realizó investigación de campo en el momento que se realizó un dialogo con el Señor Gerente de la Compañía de Taxi Mega Estrataxi Megaestrataxi S. A.

3.5. Población

La población es el conjunto de personas o animales de la misma especie que se encuentra en un momento y lugar determinado. (Westreicher, 2020)

Para la presente investigación se tomará como población a los 25 socios de la “Compañía de transporte comercial en taxi ejecutivo Mega Estrataxi Megaestrataxi S.A.

Los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

Descripción de los socios de la Cia.Megaestrataxi S.A

Tabla 1-3 Existencia de un Plan Estratégico en la Cía. de Taxis Megaestrataxi S.A

DESCRIPCIÓN	No DE PERSONAS
Presidente(socio)	1
Gerente(socio)	1
Demas socios	23
TOTAL	25

Fuente: Cía..De Taxis Megaestrataxi S.A 2022.

Realizado Por: Chicaiza, T.2022

3.6. Muestra

Parte de los elementos o subconjunto de una población que se selecciona para el estudio de esa característica o condición. (Lilia, 2015)

Para la presente investigación se tomará en cuenta la población total para su estudio, por lo que no es extensa, la mencionada población está compuesta por los socios de la compañía que en total son 25 socios.

De las cuales se realizará una entrevista al Gerente de la Compañía de transporte comercial en taxi ejecutivo Mega Estrataxi Megaestrataxi S. A. y a los socios restantes se les aplicara encuestas.

3.7. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.7.1. Métodos

Inductivo

El método inductivo plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. Puede observarse que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del método comparativo. (Abreu, 2015)

A través de este método analizaremos los diferentes comportamientos administrativos de los directivos para realizar un análisis general concreto para nuestro estudio.

Deductivo

El método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas. (Westreicher, 2020)

A través de dicho método analizaremos de manera general la situación actual la Compañía de Transporte Comercial en Taxi Mega Estrataxi Megaestrataxi S.A

3.7.2. Técnicas

Encuestas

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. (Malhotra, 2015)

Es así como esta técnica permitirá conseguir la información necesaria sobre la situación real de la compañía

Entrevista

Es un diálogo que se sostiene con un propósito definido, donde entrevistador y entrevistado cumplen cada uno con un rol específico, estableciéndose entre ambos un canal de comunicación en un marco acotado por el tiempo y el tema a tratar. (Alles, 2017)

De tal manera que, la entrevista será dirigida al gerente de la compañía para obtener datos importantes sobre la organización que contribuyan para la elaboración del Plan Estratégico en beneficio de la gestión administrativa de la misma.

3.7.3. Instrumentos

Los instrumentos que se utilizarán en el trabajo de titulación son:

Cuestionario de la encuesta: Este instrumento se lo implementará para obtener los datos más relevantes acerca de la compañía por medio de los socios que la conforman, convirtiéndose en una herramienta importante para la presente investigación.

Guía de la entrevista: Por medio de este instrumento se logrará conocer la información necesaria sobre la empresa por medio del Gerente de la Compañía de Taxi Mega estrataxi Megaestrataxi S. A.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Resultados

Entrevista dirigida AL Sr. Luis Armando Huaraca Ñauñay, gerente general de la compañía de Taxi ejecutivo MEGAESTRATAXI S.A del cantón Guano.

Objetivo: Conocer la percepción de la aplicación de un Plan Estratégico.

1.- ¿Qué opina Ud. acerca de las actividades que se realizan en la compañía?

Existen varias actividades que se realizan en la compañía que son muy buenas tanto en el ámbito social, deportivo y cultural las mismas que gracias al apoyo de los compañeros socios se las puede llevar a cabo, para ello se realiza previa coordinación entre todos los socios para que tengan conocimiento de lo que se va a realizar.

2.- ¿Existe una debida coordinación entre los socios al momento de plantear una propuesta?

Si, por lo general se coordina en las sesiones que realizamos cada mes, ahí se pide opiniones acerca de lo que se está planteando de lo cual se acepta democráticamente es decir lo que dice la mayoría, siempre en beneficio de todos ya que por algo somos una institución.

3.- ¿Qué opina Ud. acerca de la implementación de un Plan Estratégico para la compañía?

Como Gerente de la compañía Megaestrataxi pienso que si sería bueno la implementación de un Plan Estratégico puesto que la compañía no lo tiene por ende se hace necesario su implementación ya que podría servir para mejorar la parte Administrativa y de esa manera poder ofrecer a la ciudadanía un servicio de calidad.

4.- ¿Existen capacitaciones periódicas a los socios dentro de la compañía?

No, pero sería bueno que se impartieran capacitaciones en especial sobre relaciones humanas y servicio al cliente para de alguna manera mejorar esos aspectos a veces por desconocimiento no se llega alcanzar objetivos y vendría bien capacitaciones para todos nosotros.

5.- ¿Indique cuál es el nivel de compañerismo entre los socios para el desempeño de actividades en general?

Tabla 1-4: Nivel de compañerismo entre socios.

MUY BUENO	
BUENO	X
REGULAR	
MALO	

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022.

6.- ¿Qué aspectos considera Ud. que se debería tomar en cuenta para el logro de una administración efectiva?

Los aspectos que se debería tomar en cuenta para el logro de una administración efectiva es considerar las prioridades en beneficio de los socios como lo es trabajar en un ambiente tranquilo y seguro es por ello por lo que se está realizando actualmente un cambio de domicilio cercano al actual de nuestra sede con mejores condiciones de infraestructura para el beneficio de todos.

7.- ¿La compañía cuenta con políticas, misión, visión, valores y objetivos?

En si la compañía Megaestrataxi S.A no cuenta con políticas, misión ni una visión, lo que podría decir es que contamos solo con valores y objetivos de seguir sirviendo a la comunidad por lo que si sería necesario que a nuestra institución se le implementara la misión y visión para tener el conocimiento a que seguir o hacia donde proyectarnos en un futuro como compañía de tal manera que se pueda llegar a ser más competitivos.

8.- ¿La compañía realiza algún estudio sobre el grado de satisfacción de los clientes?

En nuestra compañía no se realiza ningún tipo de estudio sobre el grado de satisfacción de los clientes, aunque analizando la situación si se debiera hacerlo para tener el conocimiento de cómo perciben nuestros clientes el servicio que se les brinda y si es de hacer algo que mejore nuestra competitividad pues ponerlo en marcha de inmediato.

Gracias por su colaboración

Encuesta dirigida a los socios de la compañía de Taxi ejecutivo MEGAESTRATAXI S.A del cantón Guano.

Objetivo: Conocer la Procedencia de la aplicación de un Plan Estratégico.

1.-La compañía cuenta con un Plan Estratégico.

Tabla 2-4: Existencia de un Plan Estratégico en la Cía. De Taxis Megaestrataxi S.A

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	1	4%
De acuerdo	1	4%
Indeciso	0	0%
Poco acuerdo	0	0%
Desacuerdo	23	92%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022

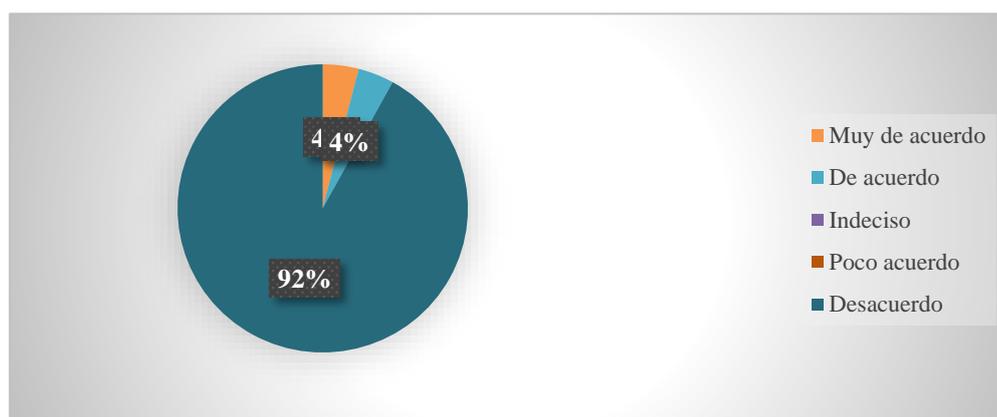


Ilustración 1-4: Existencia de un Plan Estratégico en la Cía. de Taxis Megaestrataxi S.A

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022

Análisis

Existen 23 socios que representan el 92% que están en desacuerdo con la existencia de un plan estratégico, 1 socio que está muy de acuerdo representando el 4% y de la misma manera otro socio que está de acuerdo representando el 4% de los resultados obtenidos.

Interpretación

La mayor parte de los socios de la compañía manifiestan la inexistencia de un plan estratégico en la compañía.

2.- ¿Qué tan importante considera Ud. la implementación de un Plan Estratégico para la compañía?

Tabla 3-4: Importancia de la implementación de un Plan Estratégico para la Cía

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	23	92%
Importante	2	8%
Indiferente	0	0%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022

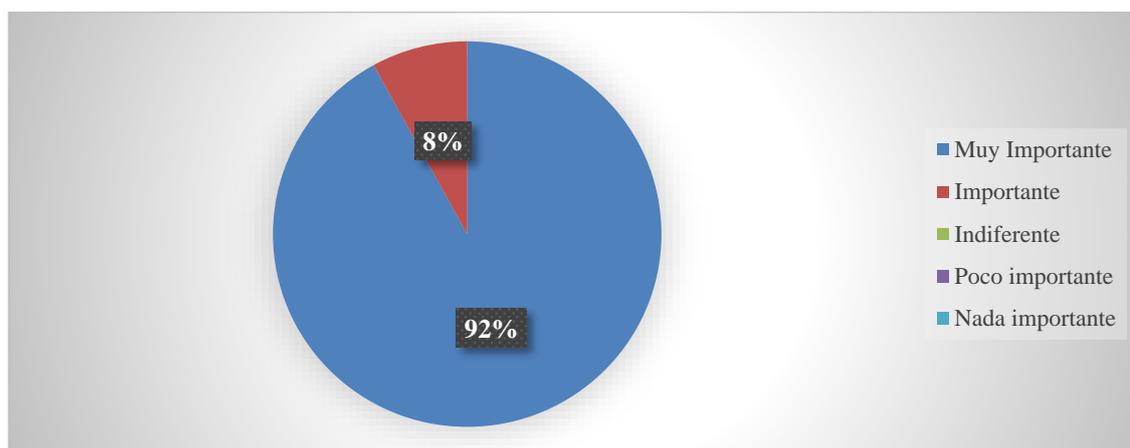


Ilustración 2-4: Importancia de la implementación de un Plan Estratégico para la Cía.

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022

Análisis

Los 23 socios de la compañía manifiestan que es muy importante la implementación de un plan estratégico constituyéndose en un 92% de los socios mientras que las 2 personas restantes es decir el 8% de los socios consideran que es importante.

Interpretación

De acuerdo con los resultados se manifiesta que la mayor parte de los socios considera que es muy importante la implementación de un plan estratégico.

3.-Considera Ud. ¿Qué sus opiniones son tomadas en cuenta al momento de tomar decisiones en la compañía?

Tabla 4-4: Opiniones al momento de la toma de decisiones dentro de la Cía.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	12%
Casi siempre	2	8%
Indeciso	0	0%
A veces	16	64%
Nunca	4	16%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022.

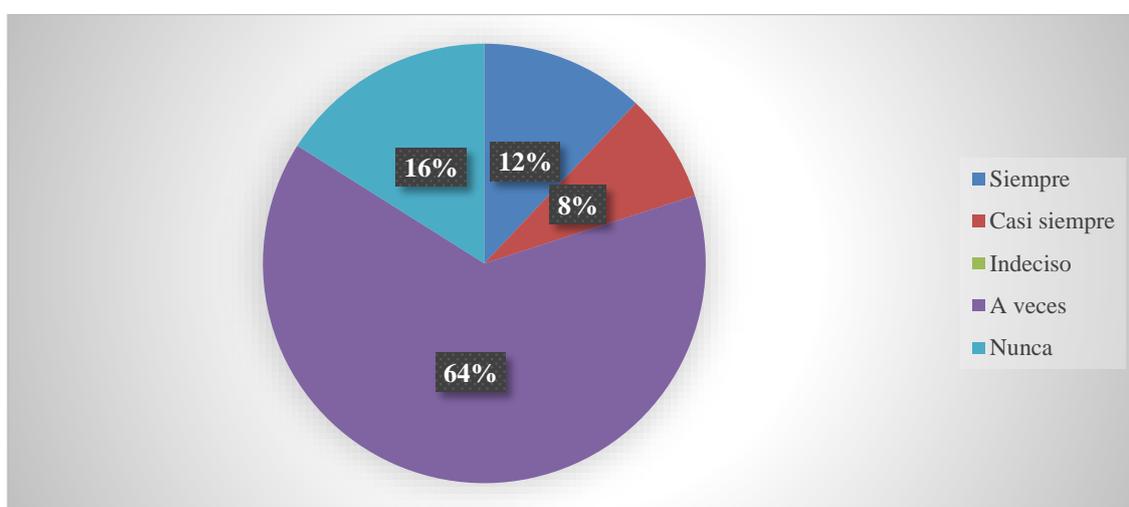


Ilustración 3-4: Opiniones tomadas en cuenta al momento de tomar decisiones en la Cía.

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022

Análisis

Se determina que 16 socios es decir un 64% manifiestan que sus opiniones al momento de tomar decisiones a veces se los toma en cuenta, 4 socios es decir un 16% considera que nunca, 3 personas es decir el 12% manifiestan que siempre lo hacen y los 2 restantes es un casi siempre es decir el 8% de los socios.

Interpretación

En la gran mayoría al momento de tomar decisiones en la compañía a veces se toma en cuenta las decisiones de los socios, mientras que el resto manifiesta que lo hacen, pero de manera cerrada.

4.-La compañía de taxis MegaExtrataxi S.A tiene una visión, misión y valores que definan su razón de ser.

Tabla 5-4: Conocimiento de la existencia de la visión, misión y valores dentro de la Cía.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	0	0%
Indiferente	0	0%
En desacuerdo	1	4%
Totalmente desacuerdo	24	96%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022.

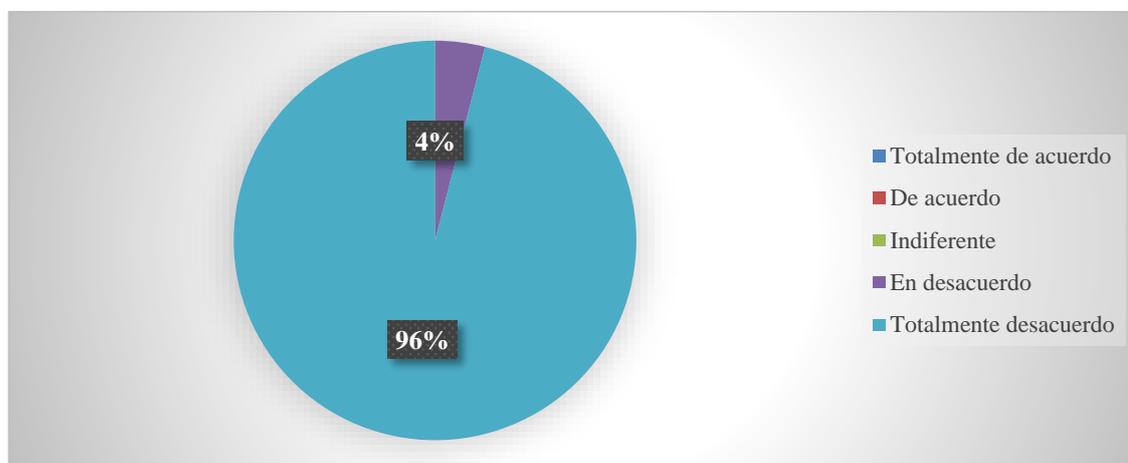


Ilustración 4-4: Conocimiento de la existencia de la visión, misión y valores dentro de la Cía.

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022

Análisis

Se determina que 24 personas que representan en si el 94% de los socios está totalmente en de sacuerdo que existe la visión, misión y valores dentro de la compañía mientras que una persona restante manifiesta en desacuerdo representando el 4% del total de los socios de la Compañía Megaestrataxi S.A

Interpretación

La mayor parte de los socios mencionan que están totalmente en desacuerdo con la existencia de la visión, misión y valores por ende se constituye una debilidad para la compañía por lo que se sugiere la implementación de estos para fortalecer la gestión administrativa de la organización.

5.-En lo personal como califica Ud. el servicio que brinda a sus clientes.

Tabla 6-4: Nivel de servicio que se brinda a los clientes de la Cía.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	21	84%
Bueno	4	16%
Indeciso	0	0%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022.

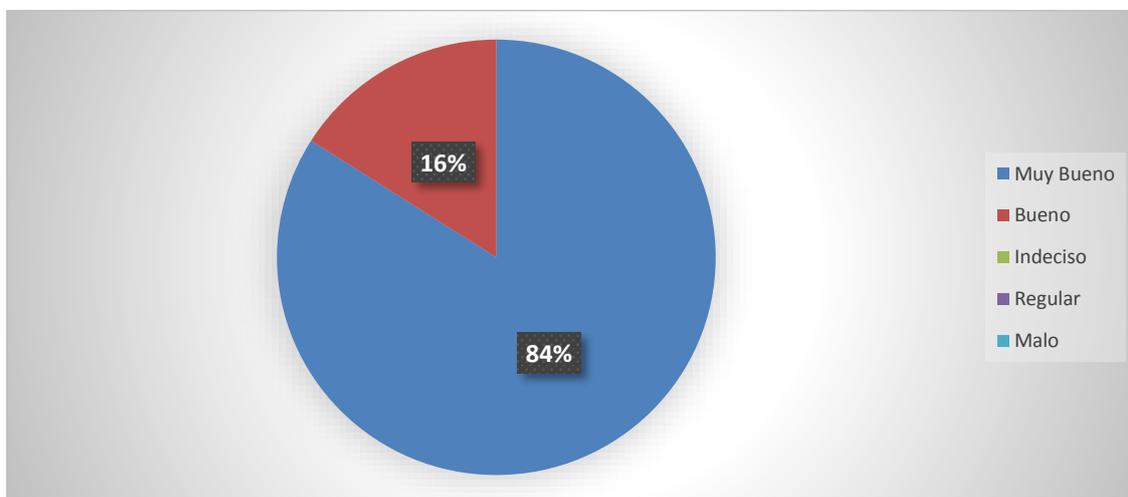


Ilustración 5-4: Nivel de servicio que se brinda a los clientes de la Cía.

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022.

Análisis

Se manifiesta que hubo 21 personas es decir el 84% de los socios brindan un servicio muy bueno a los clientes mientras que 4 personas es decir el 16% mencionan que su servicio es bueno.

Interpretación

Se determina que la mayor parte de los socios manifiestan que el servicio que ofrecen a sus clientes es muy bueno por lo que se debería seguir manteniendo dicha fortaleza.

6.-Cree Ud. que con la implementación de un Plan Estratégico mejorara la estructura organizacional de la compañía.

Tabla 7-4: Mejoramiento de la estructura organizacional mediante la implementación de un Plan Estratégico

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	96%
Tal vez	1	4%
Indeciso	0	0%
Probablemente	0	0%
No	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022

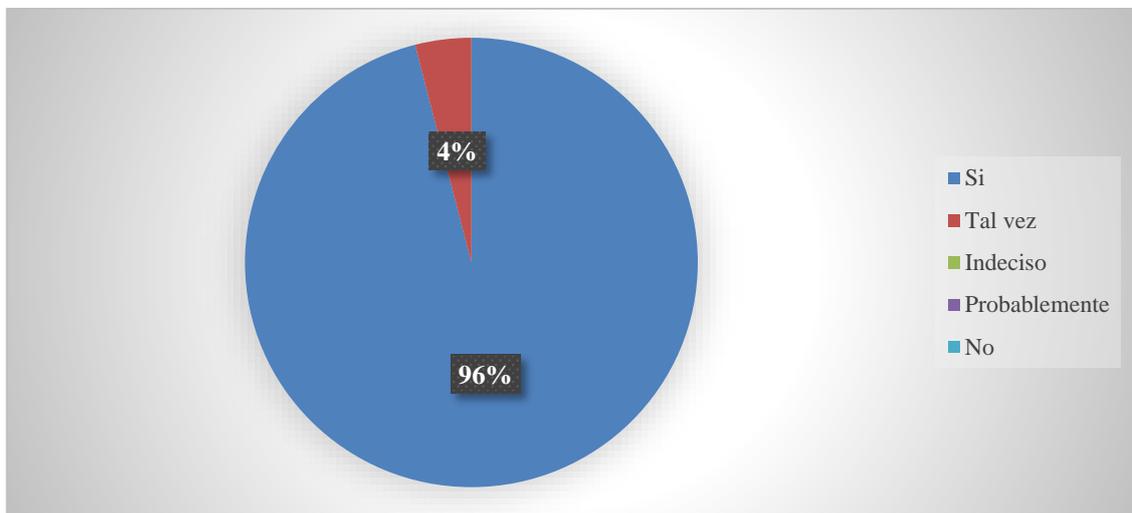


Ilustración 6-4: Mejoramiento de la estructura organizacional a través de un Plan Estratégico

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022

Análisis

Se obtuvo que existen 24 personas es decir un 96% de los socios que concretan que la implementación de un plan estratégico mejorara la estructura organizacional de la compañía mientras que el 4% es decir una persona cree que tal vez.

Interpretación

La mayoría de los socios opinan que la implementación de un plan estratégico mejoraría la estructura organizacional de la compañía por lo que se sugiere su implementación.

7.- ¿Cómo califica la relación social que se mantiene entre los socios de la compañía

Tabla 8-4: Tipo de relación social entre los socios de la C.a Megaestrataxi S.A

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	16	64%
Bueno	6	24%
Indeciso	0	0%
Regular	3	12%
Malo	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022.

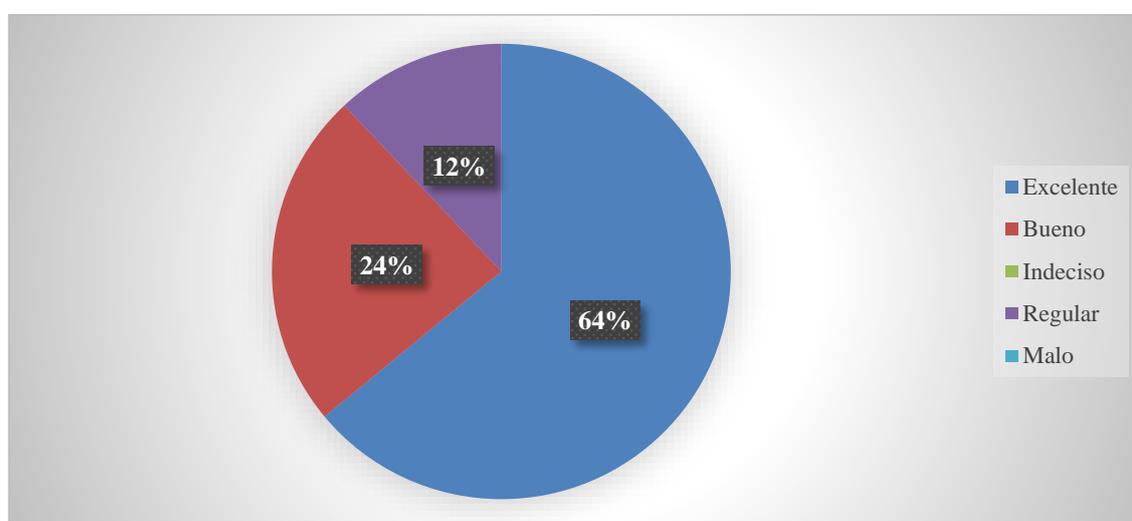


Ilustración 7-4: Tipo de relación social entre los socios de la C.a Megaestrataxi S.A

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022.

Análisis

Se establece que 16 personas que representan un 64% de los socios consideran que su relación con los demás socios es excelente, 6 personas es decir el 24% opina que es buena y finalmente 3 socios es decir el 12% piensa que su relación con los demás socios es regular.

Interpretación

Se concreta que más de la mitad de los socios opina que su relación con los demás es excelente, otros piensan que es buena y una pequeña parte menciona que su relación afectiva es regular por lo que se debería impartir una capacitación acerca de relaciones humanas para alcanzar un mejor grado de compañerismo entre los socios.

8.-Está de acuerdo Ud. que si se implementaran nuevas estrategias dentro de la compañía mejoraría sus servicios.

Tabla 9-4: Implementación de nuevas estrategias para el mejoramiento de los servicios dentro de la Cía.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	24	96%
De acuerdo	0	0%
Indiferente	1	4%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañañay, Tania 2022.

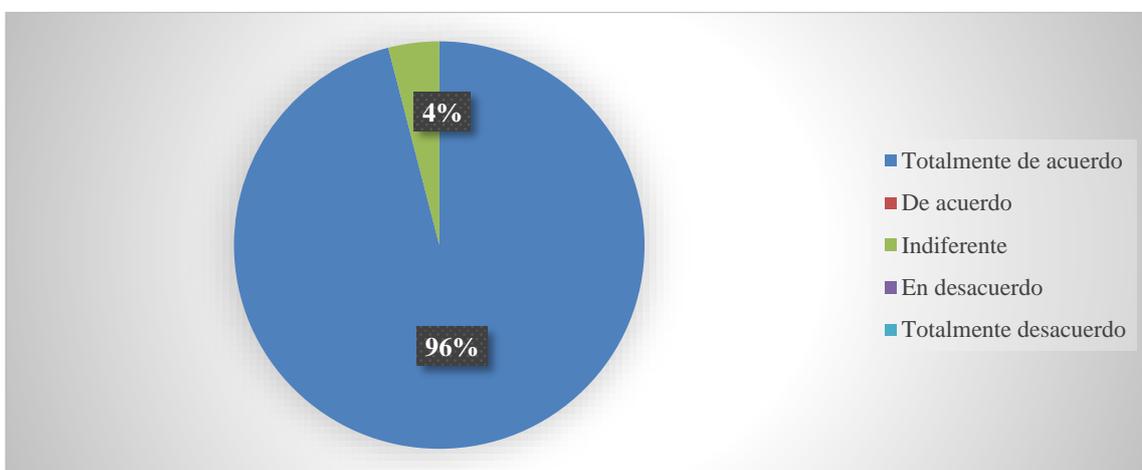


Ilustración 8-4: Implementación de nuevas estrategias para el mejoramiento de los servicios dentro de la Cía.

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022.

Análisis

Existen 24 personas es decir 96% de los socios opina que si se implementara nuevas estrategias dentro de la compañía existiría un mejoramiento en sus servicios mientras que tan solo una 1 persona es decir el 4 % piensa que es indiferente.

Interpretación

La mayor parte de los socios de la compañía opinan que si se implantaran nuevas estrategias dentro de la organización existiría un mejoramiento en sus servicios que ofrecen por lo tanto sería factible ejecutarlas.

9.-Considera Ud. que la Gestión Administrativa actual en la compañía es la más adecuada.

Tabla 10-4: Nivel de aceptación de la actual Gestión Administrativa de la Cía.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	11	44%
De acuerdo	11	44%
Indeciso	1	4%
Poco acuerdo	1	4%
Desacuerdo	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañañay, Tania 2022.

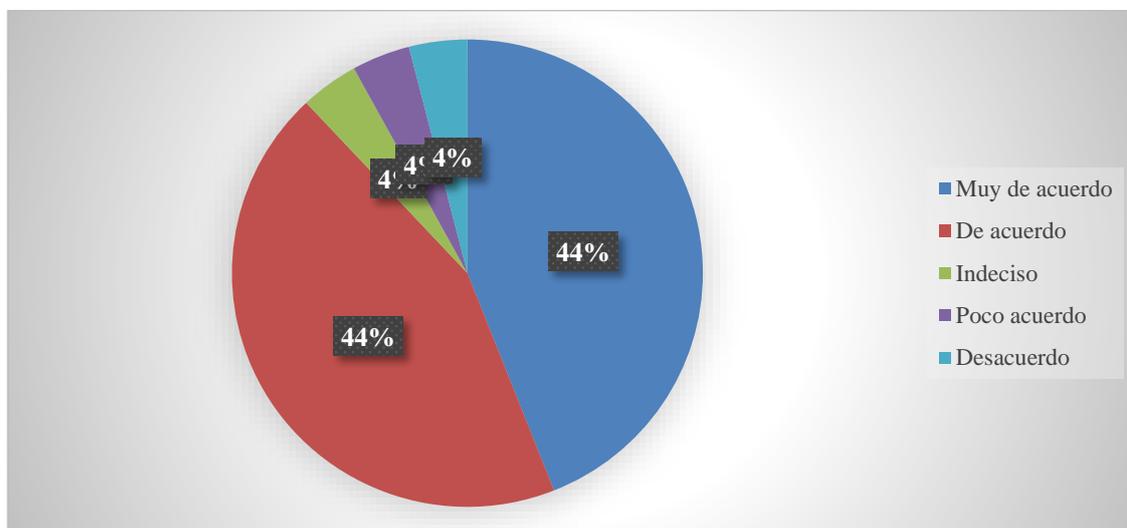


Ilustración 9-4: Nivel de aceptación de la actual Gestión Administrativa de la C.a

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022.

Análisis

Existe una similitud de 14 socios es decir un 44% muy de acuerdo y 14 socios es decir un 44% de acuerdo con la actual gestión administrativa, además que un 4% está indeciso, un 4 % poco acuerdo, finalmente un 4% desacuerdo.

Interpretación

Se puede deducir que en la gran mayoría los socios afirman estar muy de acuerdo y también de acuerdo con la actual gestión administrativa; por lo que se entiende que existe una debida coordinación por parte del Directivo de la organización.

10.-Tiene usted conocimiento de las siglas FODA y cuál es su función.

Tabla 11-4: Conocimiento acerca de las siglas FODA y cuál es su función.

Alternativas	Personas	Porcentaje
Si	1	4%
No	24	96%
Tal vez	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañañay, Tania 2022.

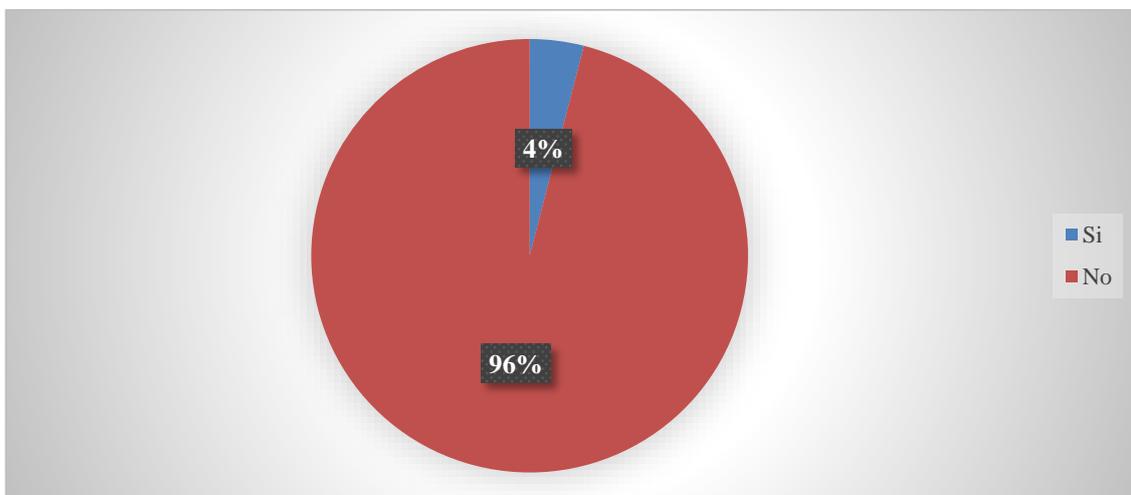


Ilustración 10-4: Conocimiento acerca de las siglas FODA y cuál es su función.

Realizado por: Chicaiza Ñ, Tania R.2022.

Análisis

Se obtuvo que 24 socios es decir el 96 % de los socios no tiene conocimiento acerca de las siglas Foda mucho menos de su función mientras que solo una persona que representa el 4% manifiesta que si lo conoce.

Interpretación

Existe en la mayoría de los socios de la compañía un desconocimiento acerca de las siglas Foda por lo que sería factible una capacitación sobre aquello y se lo pueda ejecutar en la institución.

Tabla 12-4: Cuadro resumen de la entrevista dirigida al Sr Gerente de la Compañía Megaestrataxi S.A

N°	Pregunta	Hallazgos
1	¿Qué opina Ud. acerca de las actividades que se realizan en la compañía?	Las actividades que se vienen realizando dentro de la compañía son excelentes las mismas que se encuentran dentro del ámbito social, deportivo y cultural.
2	¿Existe una debida coordinación entre los socios al momento de plantear una propuesta?	Si, nosotros específicamente en las sesiones que se lleva a cabo es donde se realiza las propuestas para que de manera general se tenga un conocimiento de lo que se está realizando y los demás compañeros puedan opinar acerca de aquello.
3	3.- ¿Qué opina Ud. acerca de la implementación de un Plan Estratégico para la compañía?	En lo personal pienso que si fuera bueno su implementación ya que podría ayudar a mejorar la parte administrativa de nuestra organización.
4	4.- ¿Existen capacitaciones periódicas a los socios dentro de la compañía?	No existen y pienso que si fuera bueno impartirlas especialmente capacitaciones en relaciones humanas y atención al cliente para de esa manera mejorar nuestro servicio al cliente.
5	¿Indique cuál es el nivel de compañerismo entre los socios para el desempeño de actividades en general?	El nivel de compañerismo dentro de la compañía se puede decir que es bueno ya que se trata de ayudarnos mutuamente.
6	¿Qué aspectos considera Ud. que se debería tomar en cuenta para el logro de una administración efectiva?	Pienso que para que una organización se encuentre bien, su infraestructura debe ser la adecuada es por ello por lo que actualmente se está realizando un cambio de domicilio en mejores condiciones a media cuadra que el anterior
7	¿La compañía cuenta con políticas, misión, visión, valores y objetivos?	La compañía no cuenta con políticas, misión, visión solo con valores y objetivos donde su finalidad brindar un servicio a la comunidad pienso que sería factible que se implementara la visión y la misión para la compañía puesto a que no lo tiene.
8	¿La compañía realiza algún estudio sobre el grado de satisfacción de los clientes?	No se realiza ningún tipo de estudio sobre el grado de satisfacción de los clientes, pero sería bueno que si se lo realizara para percibir el servicio que brindamos.

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022.

Tabla 13-4: Cuadro resumen de la aplicación de encuestas a los socios de la Cía.

N°	Pregunta	Hallazgos
1	¿La compañía cuenta con un Plan Estratégico?	De acuerdo con la encuesta aplicada a los socios de la compañía Megaestrataxi S.A la organización no cuenta con un plan estratégico.
2	¿Qué tan importante considera Ud. la implementación de un Plan Estratégico para la compañía?	De forma general se manifiesta que es muy importante la implementación de un plan estratégico dentro de la compañía.
3	Considera Ud. ¿Qué sus opiniones son tomadas en cuenta al momento de tomar decisiones en la compañía?	La gran mayoría de los socios dan su criterio en que a veces sus opiniones son tomadas en cuenta al momento de tomar decisiones.
4	La compañía de taxis MegaExtrataxi S.A tiene una visión, misión y valores que definan su razón de ser	La compañía no cuenta con una visión, misión y valores por lo que se sugiere su implementación.
5	En lo personal como califica Ud. el servicio que brinda a sus clientes.	El servicio que ofrecen según los socios de la compañía es muy bueno debido al buen trato que tienen hacia sus clientes.
6	Cree Ud. que con la implementación de un Plan Estratégico mejorara la estructura organizacional de la compañía.	Los socios de la compañía en su gran mayoría creen que con la implementación de un plan estratégico si mejorara la estructura organizacional por lo que se concreta su aprobación para su implementación.
7	¿Cómo califica la relación que se mantiene entre los socios de la compañía?	Mas de la mitad de los socios opinan que la relación entre socios es excelente por ende su clima laboral se puede mencionar que es bueno.
8	Está de acuerdo Ud. que si se implementaran nuevas estrategias dentro de la compañía mejoraría sus servicios.	Los socios de la compañía mencionaron que están totalmente de acuerdo que si se implementaran nuevas estrategias dentro de su organización mejorarían sus servicios.
9	Considera Ud. que la Gestión Administrativa actual en la compañía es la más adecuada.	Se puede deducir que la actual gestión administrativa es muy buena ya que existe una debida coordinación entre personal directivo y socios de la compañía.
10	Tiene usted conocimiento de las siglas FODA y cuál es su función.	Dentro de la institución casi todos los socios manifiestan un desconocimiento acerca de las siglas FODA y de su función.

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Propuesta

5.1.1. Título

PLAN ESTRATÉGICO DE LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE COMERCIAL EN TAXI EJECUTIVO MEGA ESTRATAXI MEGAESTRATAXI S.A, DEL CANTÓN GUANO, PERIODO 2022-2025

5.1.2. Contenido de la propuesta

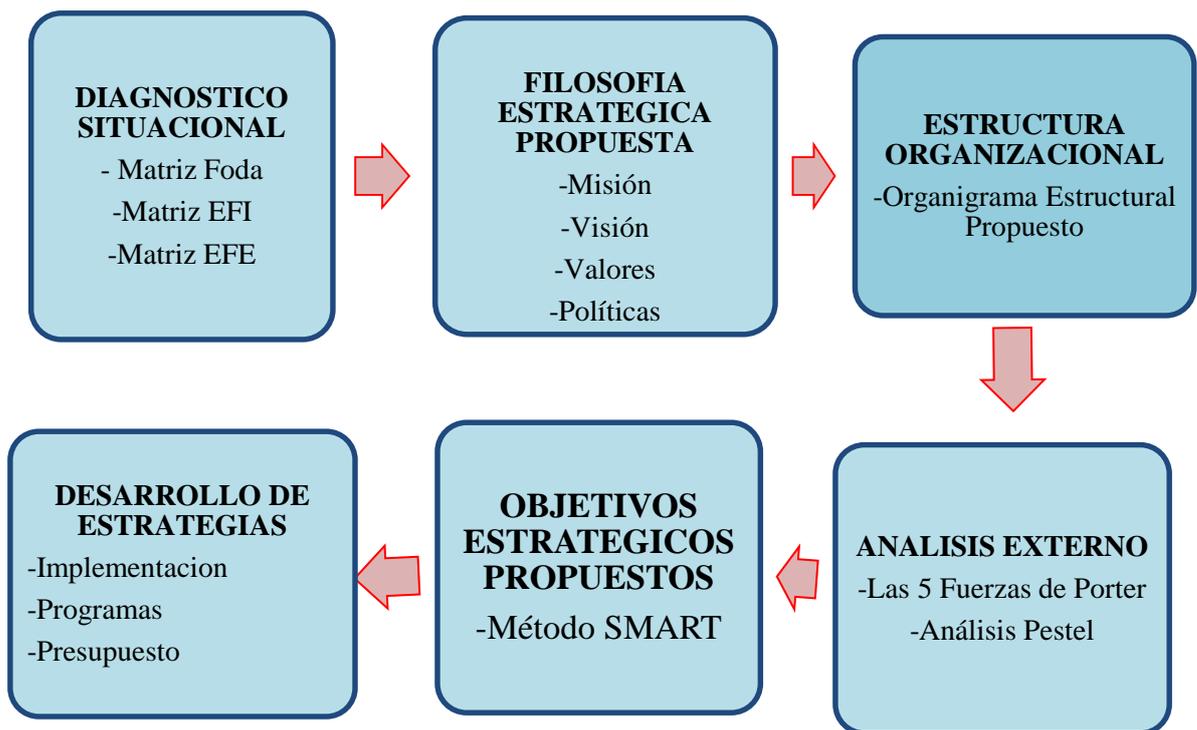


Ilustración 1-5: Contenido de la propuesta para la Cía. Megaestrataxi S.A

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022.

5.1.2.1. Diagnóstico Situacional

a. Matriz Foda

Tabla 1-5: Matriz Foda de la compañía de taxi ejecutivo Megaestrataxi S.A

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
F1 Solidaridad entre los socios	O1 Incremento de la población.	D1 Falta de Liderazgo	A1 Paro Nacional
F2 Servicio las 24 horas	O2 Redes sociales y pagina web	D2 Infraestructura Alquilada	A2 Vías en mal estado
F3 Seguridad en las unidades.	O3 Capacitación en diferentes áreas	D3 Falta de Estrategias	A3 Nuevas Cooperativas de Transporte
F4 Servicios Adicionales	O4 Instalación de plataforma digital	D4 Impuntualidad	A4 Competencia en taxi convencional.
F5 Amplia experiencia	O5 Acceso a seguros vehiculares	D5 Disconformidad en la toma de decisiones	A5 Alza de precio del combustible.

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañañay, Tania 2022.

b. 5.1.2.1.2 Matriz EFI

Tabla 2-5: Matriz de Evaluación de Factores Internos de la Cia.Megaestrataxi S.A

FACTOR CRITICO DE ÉXITO	VALOR DE	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
FORTALEZAS			
F1 Solidaridad entre los socios	0,12	2	0,24
F2 Servicio las 24 horas	0,11	4	0,44
F3 Seguridad en las unidades.	0,14	4	0,56
F4 Servicios Adicionales	0,09	3	0,27
F5 Amplia experiencia	0,10	3	0,30

TOTAL, FORTALEZAS	0,56		1,81
DEBILIDADES			
D1 Falta de Liderazgo	0,10	3	0,30
D2 Infraestructura Alquilada	0,08	2	0,16
D3 Falta de Estrategias	0,08	3	0,24
D4 Impuntualidad	0,06	2	0,12
D5 Disconformidad en la toma de decisiones	0,12	3	0,36
TOTAL DEBILIDADES	0,44		1,18
TOTAL, VALOR PONDERADO	1,00		2,99

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022

Análisis

Al concluir con la elaboración de la Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI) de la Cía. de taxis Megaestrataxi S.A podemos decir que se obtuvo un valor ponderado de 1,81 para las Fortalezas y 1.18 para las Debilidades lo que significa que la Compañía tiene fuerzas superiores a sus debilidades existentes. Finalmente se obtiene una suma ponderada de 2,99 de esta Matriz EFI.

c. Matriz EFE

Tabla 3-5: Matriz de Evaluación de Factores Externos de la Cia.Megaestrataxi S.A

FACTOR CRITICO DE ÉXITO	VALOR	CALIFICACION	CALIFICACION PONDERADA
OPORTUNIDADES			
O1 Incremento de la población.	0,09	2	0,18
O2 Redes sociales y pagina web	0,14	3	0,42
O3 Capacitación en diferentes áreas.	0,12	3	0,36
O4 Instalación de plataforma digital	0,11	3	0,33
O5 Acceso a seguros vehiculares	0,14	3	0,42
TOTAL, OPORTUNIDADES	0,60		1,71
AMENAZAS			
A1 Paro Nacional	0,08	3	0,24
A2 Vías en mal estado	0,06	2	0,12
A3 Nuevas Cooperativas de Transporte	0,09	3	0,27
A4 Competencia en taxi convencional.	0,10	4	0,40
A5 Alza de precio del combustible.	0,07	3	0,21
TOTAL, AMENAZAS	0,40		1,24
TOTAL, VALOR PONDERADO	1,00		2,95

Fuente: Investigación de Campo, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022

Análisis

Una vez terminada de realizar la Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE) de la Cía. de taxis Megaestrataxi S.A se pudo obtener un valor ponderado en las oportunidades de 1,71 y de 1,24 en las Amenazas lo que significa que el entorno externo es favorable para la compañía.

5.1.2.2. Filosofía Estratégica Propuesta

a. Misión

Misión

Ofrecer un servicio de calidad en transporte terrestre a través de la modalidad puerta a puerta con un personal capacitado, unidades modernas y seguras actuando de manera rápida y eficiente mediante criterios de amabilidad y respeto orientándonos siempre hacia la satisfacción de nuestros clientes.

b. Visión

Visión

Ser una compañía líder en transporte ejecutivo procurando el bienestar para nuestros socios, ofreciendo un servicio de excelencia con el objetivo de ser reconocida a nivel nacionalidad.

c. Valores

Profesionalismo: Trabajamos con vocación de tal manera que nuestro servicio es eficiente y si por alguna razón se presenta algún problema estamos en la capacidad de resolver ciertos inconvenientes.

Responsabilidad: Nuestro capital humano está comprometido en brindar un servicio de alta calidad que garantiza nuestra razón de ser como compañía Megaestrataxi S.A poniendo en consideración que todas nuestras acciones están alineadas en beneficios de nuestros clientes.

Integridad: La integridad es nuestro principal valor que mantiene nuestra compañía ya que comprende un proceso desde que se toma una decisión hasta la prestación de nuestro servicio de manera eficiente.

Conductores amables y corteses: Aparte de ofrecerle un servicio profesional, estamos dispuestos a brindarle información que pueda necesitar durante el transcurso de su viaje en nuestras diferentes unidades de transporte.

Conducción segura: Gracias al nivel de profesionalismo en conducción que tienen los señores choferes de nuestra compañía garantizamos un viaje seguro a nuestros estimados clientes.

Pasión por el servicio: Somos personas apasionadas con nuestro trabajo, siempre dando lo mejor para que nuestros clientes perciban un ambiente tranquilo dentro de nuestras unidades de transporte.

Pulcritud: Estamos conscientes que parte de brindar un servicio de calidad a nuestros clientes es mantener nuestras unidades limpias para ello realizamos fumigaciones a diario con el objetivo de cuidar su salud.

d. Políticas

A. Políticas de servicio

1. Aceptación de solicitud de servicio de taxi que se reciba de cualquier parte cercana al barrio donde se encuentra ubicada la sede central.
2. Cumplir con el servicio las 24 horas del día, los 7 días de la semana, respetando las paradas planificadas con anterioridad.
3. Cobrar las tarifas según marque el taxímetro en todas sus rutas
- .
4. Prohibido aceptar exención de responsabilidad por casos de negligencia de sus socios.
5. Mantener un sistema de despacho de unidades de acuerdo con el ingreso de llamadas solicitadas adquiriendo de nuestro servicio de transporte.
6. Evidenciar mediante fotos en caso de que la unidad este fuera de servicio.

B. Políticas de discriminación drogas y alcohol

1. Está terminantemente prohibido la discriminación entre socios y personal administrativo dentro de la compañía, así como también comentarios despectivos en cuanto a la religión, cultura, tradición, discapacidad u orientación sexual de una persona.
2. Se prohíbe el uso de drogas y de alcohol en socios de la compañía dentro de su jornada de trabajo.

C. Políticas de los socios hacia el Gerente

1. Comunicar de forma oportuna alguna información que tenga relación con la compañía Megaestrataxi S.A.
2. Notificar al Gerente alguna inconformidad al momento de tomar alguna decisión.
3. Demostrar respeto y cordialidad a toda la parte administrativa de la compañía especialmente al sr Gerente quien toma las decisiones.
4. Expresar ideas constructivas al sr Gerente que ayuden a mejorar los servicios que se ofrece dentro de la compañía.

D. Políticas de seguridad

1. Todos los socios deberán tener en su unidad cámaras de seguridad digitales para sus clientes.
2. Ningún socio podrá dañar o eliminar el sistema de cámara de seguridad digital.
3. Se debe notificar a la compañía si alguna cámara de seguridad no está en funcionamiento.
4. Mantener cada una de las unidades en buen estado con el objetivo de brindar un buen servicio a la ciudadanía.

5.1.2.3. Estructura Organizacional

e. Organigrama Estructural Propuesto

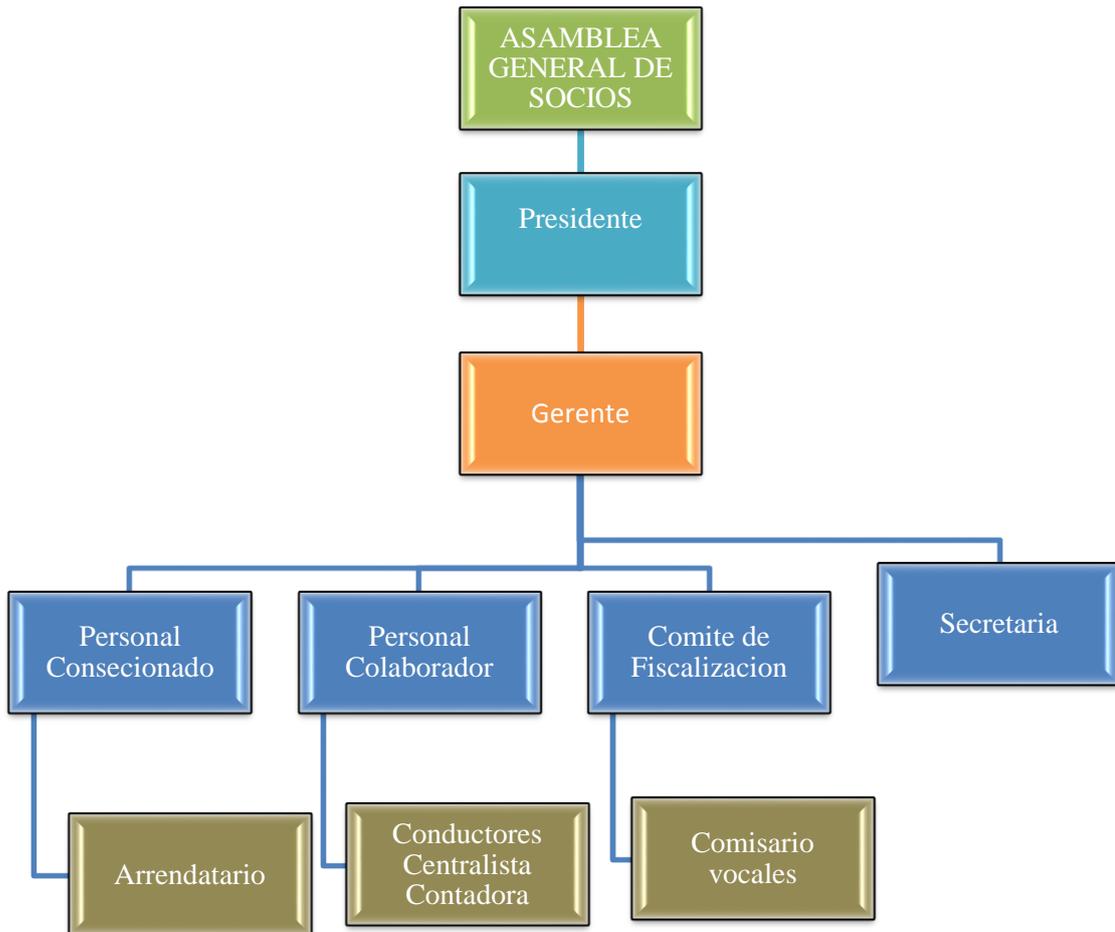


Ilustración 2-5: Organigrama Estructural Propuesto

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022

5.1.2.4. *Análisis Externo*

a. Las 5 Fuerzas de Porter

1. Riesgo de entrada de los competidores potenciales

El índice de entrada de nuevos competidores en taxi ejecutivo dentro del cantón Guano es poco gracias a ello en la actualidad el riesgo de entrada de competidores potenciales no afecta a la compañía de taxis Megaestrataxi S.A.

2. Intensidad de la rivalidad entre empresas establecidas

Es necesario manifestar que dentro del cantón Guano no existen compañías de taxis ejecutivos, pero si a su alrededor específicamente en la ciudad de Riobamba, constituyéndose así una competencia indirecta para la compañía Megaestrataxi S.A a continuación detallare las siguientes compañías de taxis ejecutivos pertenecientes a la ciudad de Riobamba pero que generan competencia:

- Servicio de Taxi Ejecutivo Lubuvir C.A
- Transporte Cisneros de Tapi S.A

3. Poder de negociación con los compradores

Según la Agencia Nacional de Transito (ANT) es de carácter obligatorio el uso de taxímetro ya que mediante aquello se garantiza una tarifa establecida en beneficio de los que trabajan en el servicio de taxis y para toda la población en general. Este aspecto no permite la negociación de tarifas para este servicio, por lo que la población tiene el poder de negociación frente a esto es decir pueden optar por adquirir el servicio de taxi a la compañía de su preferencia. Para ello se hace necesario mantener una mejora continua en cuanto a estándares de calidad que genere satisfacción al cliente.

4. Amenaza de sustitutos

Conociendo que se tiene diversas compañías que prestan el mismo servicio a una misma tarifa, se puede manifestar que la idea de darle un valor agregado como el buen trato y seguridad a sus clientes le ha hecho merecedora de seguir ofreciendo su servicio a la ciudadanía en general dentro y fuera del cantón Guano.

5. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores para compañía de taxis Megaestrataxi S. A influye en la compra de repuestos e insumos para el mantenimiento de sus unidades de transporte, los mismos que son adquiridos a diferentes precios a través de proveedores cercanos al Cantón o a cantones aledaños. En el caso de la adquisición de la gasolina no existe poder de negociación de los proveedores debido a que su precio es a nivel nacional.

b. Análisis PESTEL

Tabla 4-5: Análisis Pestel de la Compañía Megaestrataxi S.A

CAUSA		EFEECTO
P	POLITICO	<ul style="list-style-type: none"> Políticas Gubernamentales Incertidumbre con el manejo de las importaciones de insumos mecánicos.
E	ECONOMICO	<ul style="list-style-type: none"> Desempleo Recesion económica Inflación Poco acceso a este medio de transporte. Baja Inversión Alza de precios automáticamente.
S	SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> Delincuencia Incremento del turismo. Exposición a peligro que tienen que pasar los conductores de la compañía. Incremento de la Demanda de pasajeros.
T	TECNOLOGICO	<ul style="list-style-type: none"> Innovacion tecnológica vehicular. Acceso a la implementación de plataformas digitales. Acceso a nuevas unidades de alta tecnología. Posibilidad de implementar una aplicación móvil que ayude a la administración a mejorar los recursos de la compañía.
E	ECOLOGICO	<ul style="list-style-type: none"> Ley de Gestión Ambiental Adquisición de vehículos que contaminen menos al planeta.
L	LEGAL	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad Laboral Apertura de documentos habilitantes para la conducción. Mayor satisfacción para los socios de la compañía.

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022.

5.1.2.5. *Objetivos estratégicos propuestos*

a. Método SMART

Tabla 5-5: Objetivos estratégicos propuestos de la Cía. Megaestrataxi S.A

	S	M	A	R	T		
OBJETIVOS	ESPECIFICOS	MEDIBLE	ALCANZABLE	REALISTA	C	M	L
Ser una de las compañías de transporte ejecutivo mejor calificada en el cantón Guano en los próximos 2 años.	Desarrollar un sistema de evaluación continua acerca de las opiniones o sugerencias de nuestros clientes.	Nivel de satisfacción del cliente.	Se ejecutará con fondos propios de la institución.	Clientes satisfechos con el servicio de nuestra compañía		x	
Incrementar el posicionamiento de la compañía en un 30% en los próximos 5 meses.	Realizar una campaña de Marketing en redes sociales, radio y televisión que describan a la compañía como una de las mejores en servicio de transporte pertenecientes al cantón Guano.	Acaparación de clientes	Campaña de Marketing realizarse utilizando sus propios recursos	Cumplir con una mayor demanda de clientes.	X		
Implementar el plan estratégico elaborado para la compañía Megaestrataxi S. A	Sociabilizar a través de una reunión el plan estratégico con todos los socios de la	Consecución de la Visión de la Compañía	Ejecución de las estrategias propuestas	Mejorar la gestión administrativa de la compañía.	X		

	compañía.						
Contar solo con personal profesional orientado a ofrecer un servicio de calidad durante el año 2023.	Aperturar un sistema de selección de talento humano que incluya habilidades de conducción y servicio de calidad.	Desempeño de Talento Humano	El sistema será implementado con fondos de la institución.	Genera valor a la compañía ya que su servicio será óptimo para los clientes		x	
Extender el número de unidades existentes en un 40% en los próximos 2 años.	Motivar a los demás moradores del barrio 20 de Diciembre a asociarse a la compañía Megaestrataxi S.A a través de los mismos incentivos que se les ofreció a los socios modernos.	Grado de crecimiento de la compañía.	El aumento de socios genera solvencia para la compañía.	Disponer de más unidades de transporte necesarias para cumplir la demanda del sector.			X
Mantener un personal capacitado periódicamente durante el año 2023.	Realizar capacitaciones periódicas en áreas como: Capacitación en atención y servicio al cliente, Curso de relaciones humanas y Curso de manejo de estrés y ansiedad.	Nivel de Satisfacción de los clientes.	Buscar proveedores para la capacitación de los cursos.	Promover un clima laboral adecuado y tranquilo.		X	

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022

5.2. Desarrollo de Estrategias

Tabla 6-5: Ser una de las compañías transporte ejecutivo mejor calificado en el cantón Guano.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Ser una de las compañías de transporte ejecutivo mejor calificada en el cantón Guano en los próximos 2 años.	Desarrollar un sistema de evaluación continua acerca de las opiniones o sugerencias de nuestros clientes.
ACCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contratación de personal que evalué el grado de satisfacción de cliente de manera periódica. 2. Proceder a inducir al personal a la compañía Megaestrataxi S.A 3. Evaluación del grado de Satisfacción de los clientes. 4. Socializar los resultados obtenidos de forma permanente con todos los socios. 5. Tomar decisiones con el fin de mejorar los efectos negativos y fortalecer los efectos positivos. 	
PROGRAMAS	PROYECTOS
NIVEL DE SATISFACCION DE CLIENTES	SISTEMA DE EVALUACION

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022

5.2.1. Programa 1: Nivel de Satisfacción del Cliente

Proyecto 1: Sistema a de Evaluación

Tabla 7-5: Sistema de Evaluación

OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES PRINCIPALES	TIEMPO		PRESUPUESTO	EJECUTA	COORDINA
			INICIA	CULMINA			
Ser una de las compañías de transporte ejecutivo mejor calificada en el cantón Guano en los próximos 2 años.	Clientes satisfechos con el servicio de nuestra compañía	1. Contratación de personal que evalué el grado de satisfacción de cliente de manera periódica.	1 de Agosto de 2022	2 de Agosto de 2022	500,00	Gerente General	Gerente General
		2. Proceder a inducir al personal a la compañía Megaestrataxi S. A	4 de Agosto de 2022	5 de Agosto de 2022	00,00		
		3. Evaluación del grado de Satisfacción de los clientes.	8 de Agosto de 2022	30 de Diciembre de 2022	0,00		
		4.Socializar los resultados obtenidos de forma permanente con todos los socios	15 de Agosto de 2022	30 de Agosto	0,00		
		5. Tomar decisiones con el fin de mejorar los efectos negativos y fortalecer los efectos positivos.	16 de Agosto de 2022	30 de Diciembre 2022	0,00		

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S. A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 202

Tabla 8-5: Mejoramiento de la posición de la compañía Megaestrataxi S.A

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Incrementar el posicionamiento de la compañía en un 30% en los próximos 5 meses.	Realizar una campaña de Marketing en redes sociales, radio y televisión que describan a la compañía como una de las mejores en servicio de transporte pertenecientes al cantón Guano.
ACCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aperturar una cuenta en las redes sociales como Facebook e Instagram. 2. Seleccionar medios radiales y televisivos con mayor popularidad dentro del cantón Guano. 3. Realizar el contrato de publicidad con los medios de comunicación. 3. Lapso para que se lleve a cabo la ejecución del acaparamiento del cliente objetivo. 4. Medir el grado de posicionamiento de la compañía frente al mercado a través de un seguimiento periódico. 	
PROGRAMAS	PROYECTOS
CAMPAÑA DE MARKETING	PUBLICIDAD

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022.

5.2.2. Programa 2: Campaña de Marketing

Proyecto 2: Publicidad

Tabla 9-5: Publicidad

OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES PRINCIPALES	TIEMPO		PRESUPUESTO	EJECUTA	COORDINA
			INICIA	CULMINA			
Incrementar el posicionamiento de la compañía en un 30% en los próximos 5 meses.	Llegar a una mayor demanda de clientes.	1. Apertura una cuenta en las redes sociales como Facebook e Instagram.	3 de Agosto de 2022	3 de Agosto de 2022	00,00	Gerente General	Gerente General
		2. Seleccionar medios radiales y televisivos posteriores a ello realizar el contrato.	9 de Agosto de 2022	12 de Agosto de 2022	1000,00		
		3. Lapso para que se lleve a cabo la ejecución del acaparamiento del cliente objetivo.	12 de Agosto de 2022	30 de Agosto de 2022	00,00		
		4. Medir el grado de posicionamiento de la compañía frente al mercado a través de un seguimiento periódico.	1 de Septiembre de 2022	9 de Septiembre de 2022	00,00		

Fuente: Cia.de Taxis Megastrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañañay, Tania 2022.

Tabla 10-5: Implementación de Plan Estratégico.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Implementar el plan estratégico elaborado para la compañía Megaestrataxi S. A	Sociabilizar a través de una reunión el plan estratégico con todos los socios de la compañía.
ACCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnostico general del plan estratégico. 2. Asignación de recursos para llevar a cabo las estrategias planteadas. 3. Implementación del plan estratégico en la compañía. 4. Ejecución de las estrategias en las áreas correspondientes. 5. Analisis de los resultados obtenidos. 	
PROGRAMAS	PROYECTOS
PLAN ESTRATEGICO	APLICACIÓN DEL PLAN ESTRATEGICO

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022

5.2.3. Programa 3: Plan Estratégico

Proyecto 3: Aplicación del Plan Estratégico.

Tabla 11-5: Implementación de Plan Estratégico

OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES PRINCIPALES	TIEMPO		PRESUPUESTO	EJECUTA	COORDINA
			INICIA	CULMINA			
Implementar el plan estratégico elaborado para la compañía Megaestrataxi S. A	Mejorar la gestión administrativa de la compañía.	1. Diagnostico general del plan estratégico.	1 de Agosto de 2022	1 de Agosto de 2022	00,00	Asamblea General de socios	Gerente General
		2. Asignación de recursos para llevar a cabo las estrategias planteadas.	2 de Agosto de 2022	2 de Agosto de 2022	00,00	Contadora	
		3. Implementación del plan estratégico en la compañía.	3 de Agosto de 2022	3 de Agosto de 2022	00,00	Gerente General	
		4. Ejecución de las estrategias en las áreas correspondientes.	4 de Agosto de 2022	4 de Agosto de 2022	00,00	Gerente General	
		5. Analisis de los resultados obtenidos.	1 de Septiembre de 2022	6 de Enero de 2025	00,00	Asamblea General de socios	

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022.

Tabla 12-5: Contar solo con personal profesional.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Contar solo con personal profesional orientado a ofrecer un servicio de calidad durante el año 2022.	Aperturar un sistema de selección de talento humano que incluya habilidades de conducción y servicio de calidad.
ACCIONES	
1. Contratación de una persona que ejecute el proceso de reclutamiento de personal. 2. Proceso de inducción de la persona contratada en la compañía. 3. Evaluación del desempeño los socios.	
PROGRAMAS	PROYECTOS
SISTEMA DE RECLUTAMIENTO DE TALENTO HUMANO	TALENTO HUMANO

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022

5.2.4. Programa 4: Sistema de Reclutamiento de Talento Humano.

Proyecto 4: Talento Humano.

Tabla 13-5: Evaluación del Talento humano

OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES PRINCIPALES	TIEMPO		PRESUPUESTO	EJECUTA	COORDINA
			INICIA	CULMINA			
Contar solo con personal profesional orientado a ofrecer un servicio de calidad durante el año 2022.	Genera valor a la compañía ya que su servicio será óptimo para los clientes	1. Contratación de una persona que ejecute el proceso de reclutamiento de personal.	15 de Agosto de 2022	17 de Agosto de 2022	500,00	Gerente General	Gerente General
		2. Proceso de inducción de la persona contratada en la compañía.	18 de Agosto de 2022	22 de Agosto de 2022	00,00		
		3. Evaluación del desempeño los socios.	23 de Agosto de 2022	30 de Diciembre de 2022	00,00		

Fuente: Cia.de Taxis Megastrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022

Tabla 14-5: Incrementar el número de unidades existentes.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Extender el número de unidades en un 40% en los próximos 2 años.	Motivar a los demás moradores del barrio 20 de Diciembre a asociarse a la compañía Megaestrataxi S.A a través de los mismos incentivos que se les ofreció a los socios modernos
ACCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicar por medio de una radio popular la disponibilidad para el ingreso de nuevos socios. 2. Dialogo con las personas interesadas en formar parte de la compañía 3. Selección de los nuevos socios potenciales. 4. Inducción de los nuevos socios de la compañía 	
PROGRAMAS	PROYECTOS
INDUCCION DE NUEVOS SOCIOS	CRECIMIENTO DE LA COMPAÑIA

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022.

5.2.5. Programa 5: Inducción de nuevos socios

Proyecto 5: Crecimiento de la Compañía

Tabla 15-5: Crecimiento de la Compañía

OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES PRINCIPALES	TIEMPO		PRESUPUESTO	EJECUTA	COORDINA
			INICIA	CULMINA			
Extender el número de unidades existentes en un 40% en los próximos 2 años.	Disponer de más unidades de transporte necesarias para cumplir la demanda del sector	1. Comunicar por medio de una radio popular la disponibilidad para el ingreso de nuevos socios.	15 de Septiembre de 2022	25 de Septiembre de 2022	100,00	Asamblea General de socios	Gerente General
		2. Dialogo con las personas interesadas en formar parte de la compañía	3 de Octubre de 2022	3 de Octubre de 2022	00,00		
		3. Selección de los nuevos socios potenciales.	5 de Octubre de 2022.	5 de Octubre de 2022.	00,00		
		4. Inducción de los nuevos socios de la compañía.	10 de Octubre de 2022.	10 de Octubre de 2022.	00,00		

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 2022.

Tabla 16-5: Mantener un personal capacitado y motivado

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Mantener un personal capacitado y motivado periódicamente durante el año 2022.	Realizar capacitaciones periódicas en áreas como: Capacitación en atención y servicio al cliente, Curso de relaciones humanas y Curso de manejo de estrés y ansiedad
ACCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Seleccionar la empresa que realizara la capacitación 2. Desarrollo del contrato de la capacitación y los cursos a los socios de la compañía. 3. Desarrollo de la Capacitación en Atención al Cliente. 4. Desarrollo de los cursos. 5. Evaluación de los conocimientos adquiridos a los socios de la compañía. 	
PROGRAMAS	PROYECTOS
CAPACITACION CONTINUA	CAPACITACION

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñauñay, Tania 2022.

5.2.6. Programa 6: Capacitación Continua

Proyecto 6: Capacitación

Tabla 17-5: Capacitación.

OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES PRINCIPALES	TIEMPO		PRESUPUESTO	EJECUTA	COORDINA
			INICIA	CULMINA			
Mantener un personal capacitado y motivado periódicamente durante el año 2022.	Promover un clima laboral adecuado y tranquilo.	1. Seleccionar la empresa que realizara la capacitación	26 de Septiembre de 2022	26 de Septiembre de 2022	00,00	Gerente General	Gerente General
		2. Desarrollo del contrato de la capacitación y los cursos a los socios de la compañía.	27 de Septiembre 2022	27 de Septiembre de 2022	2550,00		
		3. Desarrollo de la Capacitación en Atención al Cliente.	1 de Noviembre de 2022.	30 de Noviembre de 2022.	00,00		
		4. Desarrollo de los cursos.	15 de Noviembre de 2022.	16 de Diciembre de 2022.	00,00		
		5. Evaluación de los conocimientos adquiridos a los socios de la compañía.	19 de Diciembre de 2022.	30 de Diciembre de 2022.	00,00		

Fuente: Cia.de Taxis Megastrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañañay, Tania 202

5.3. Presupuesto financiero

Tabla 18-5: Presupuesto financiero requerido para el desarrollo de estrategias.

OBJETIVO	METAS	VALOR REQUERIDO
Ser una de las compañías de transporte ejecutivo mejor calificada en el cantón Guano en los próximos 2 años.	Clientes satisfechos con el servicio de nuestra compañía	500,00
Incrementar el posicionamiento de la compañía en un 30% en los próximos 5 meses.	Llegar a una mayor demanda de clientes.	1000,00
Implementar el plan estratégico elaborado para la compañía Megaestrataxi S. A	Mejorar la gestión administrativa de la compañía.	00,00
Contar solo con personal profesional orientado a ofrecer un servicio de calidad durante el año 2022	Genera valor a la compañía ya que su servicio será óptimo para los clientes	500,00
Extender el número de unidades existentes en un 40% en los próximos 2 años.	Disponer de más unidades de transporte necesarias para cumplir la demanda del sector	100,00
Mantener un personal capacitado y motivado periódicamente durante el año 2022.	Promover un clima laboral adecuado y tranquilo.	2550,00
PRESUPUESTO TOTAL		4650,00

Fuente: Cia.de Taxis Megaestrataxi S.A, 2022.

Realizado por: Chicaiza Ñañay, Tania 202

CONCLUSIONES

- Luego de haber realizado el diagnóstico de la compañía de taxis ejecutivo Mega Estrataxi Megaestrataxi S.A, se determina que no cuenta con un plan estratégico es decir no posee una cultura organizacional, que le permita direccionarse a la mejora continua de todos sus servicios de tal manera que le admita tener una ventaja competitiva en relación con la amplia competencia del cantón Guano.
- Para llevar a cabo este proyecto de investigación se utilizó fuentes bibliográficas de diferentes autores, los cuales sirvieron de guía para la obtención de óptimos resultados.
- Se diseñó propuestas para el plan estratégico con el fin de mejorar las deficiencias que posee la compañía, esperando la predisposición de los socios hacer uso de este, obteniendo su máximo beneficio.

RECOMENDACIONES

- Socializar el plan estratégico desarrollado para la compañía Megaestrataxi S.A con todos los socios de tal forma que todos tenga conocimiento de las actividades que se realizaran en el proceso de su aplicación.
- Aplicar el Plan estratégico en la compañía Megaestrataxi S.A de manera óptima de tal manera que se alcance el máximo beneficio fortaleciendo las Fortalezas y Oportunidades y reduciendo las Debilidades y Amenazas encaminando al logro de una mejor Gestión Administrativa con un personal profesional capacitado.
- Mantener un monitoreo para evaluar los resultados obtenidos de cada una de las propuestas luego de la ejecución del plan estratégico en la compañía Mega Extrataxi Megaestrataxi S.A

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. .. (2015). *Analisis al metodo de investigación*. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v10-n1/A14.10\(1\)205-214.pdf](http://www.spentamexico.org/v10-n1/A14.10(1)205-214.pdf)
- Adala, J. (2018). *Definicion delm concepto de planeacion.*: Recuperado de: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1940/3/Definici%c3%b3n%20del%20concepto%20de%20planeaci%c3%b3n..pdf>
- Arias, A. (2016). *Ventaja Competitiva*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Ayala, A. (2021). *Definicion de Plan*. Recuperado de: <https://la-respuesta.com/mas-popular/Que-significa-Plan-segun-autores/>
- Bembibre, C. (2010). *Definicion de amenaza* Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/general/amenaza.php>
- Bernal.M. (2016). *Introduccion a la Planificacion*. Recuperado de: <file:///C:/Users/PC/Downloads/1-introduccion-a-la-planificacion.pdf>
- Bustillos, E. (2018). *Formulación de un plan estratégico para la compañía hospital hospita s.a.;riobamba,provincia de chimborazo,periodo 2017-2022*. Recuperado de: <file:///C:/Users/PC/Downloads/12T01233.pdf>
- Castillo, I. (2017). *Beneficios de la Planeación Estrategica*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/beneficios-planeacion-estrategica/>
- Correa, F. (2019). *Definicion de Administracion y teorias administrativas*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/definicion-de-administracion-y-teorias-administrativas/>
- Costa, S. (2006). *Planificacion*. Recuperado de: <tps://es.scribd.com/document/362603427/PLANIFICACION-SEGUN-AUTORES>
- Cuevas, W. (2020). *Conceptode Vision*. Obtenido de Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/concepto-de-vision/>
- Deborah. (2015). *Entorno*. Recuperado de: <https://significado.net/entorno/>
- Editorial ,Etece. (2021). *Fortaleza*. Recuperado de: <https://concepto.de/fortaleza/>
- Editorial 7Graus. (2021). *Principios y valores*. Recuperado de: <https://www.diferenciador.com/principios-y-valores/>
- Editorial Etece. (2020). *Planeacion*. Recuperado de: <https://concepto.de/planeacion/>
- Editorial Grudemi. (2018). *Mision*. Recuperado de: <https://enciclopediaeconomica.com/mision/>
- Equipo Editorial Etece. (2020). *Metodo Inductivo*. Recuperado de: <https://concepto.de/metodo-inductivo/>
- Escobar, I. (2021). *Planificacion Estrategica*. Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/planificacion-estrategica/>

- Etece. (2021). *Fortaleza*. Recuperado de : <https://concepto.de/fortaleza/>
- Etece. (2021). *Gestion Administrativa*. Recuperado de: <https://concepto.de/gestion-administrativa/>
- Etece. (2021). *Vision*. Recuperado de : <https://concepto.de/mision-y-vision/>
- Etece, E. (2021). *Objetivo*. Recuperado de: <https://concepto.de/objetivo/>
- Fleitman, J. (2008). *Visión misión* Recuperado de : <https://empresayeconomia.republica.com/planificacion/vision-y-mision-dos-conceptos-fundamentales.html>
- Garcia, J. (2013). *Mision*. Recuperado de: <https://jgestiondeltalentohumano.wordpress.com/2013/12/02/mision-vision-y-valores-corporativos/>
- Graus. (2021). *Principios y valores*. Recuperado de: <https://www.diferenciador.com/principios-y-valores/>
- Grudemi. (2018). *Mision*. Recuperado de :<https://enciclopediaeconomica.com/mision/>
- Grupo Editorial,Etece. (2021). *Vision*. Recuperado de :<https://concepto.de/mision-y-vision/>
- Huaire, E. (2019). *Metodo de investigación*. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35.pdf>
- Huertas, A. (2018). *Estrategias Empresariales*. Recuperado de: <https://www.fiteco.es/estrategias-empresariales/>
- Ingenio Empresa. (2022). *Analisis CAME*. Recuperado de: https://www.ingenioempresa.com/analisis-came/#google_vignette
- Jimeno, J. (2016). *Analisis*. Recuperado de: <https://www.pdcahome.com/8391/analisis-came/>
- kyocera. (2021). *Analisis interno*. Recuperado de: <https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/insights-hub/articles/analisis-interno-de-una-empresa.html>
- Lilia, C. (2015). *Población Y Muestra*. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Lopez, J. (2019). *Proceso Administrativo*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-administrativo.html>
- Lopez, J. (2018). *Muestra*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>
- Lotaid. (2018). *Ley Organica de Transporte Terrestre Transito y Seguridad Vial*. Recuperado de: file:///C:/Users/PC/AppData/Local/Temp/LOTAIP_6_Ley-Organica-de-Transporte-Terrestre-Transito-y-Seguridad-Vial-2021.pdf
- Luna, A. (2015). *Proceso Administrativo*. México: Grupo Editorial Patria.
- Luna, A. (2014). *Planeacion. En Proceso Administrativo*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Malhotra, N. (2015). *Definición de Encuesta*. Recuperado de:

- <https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>
- Marin, A. (2021). *Politica*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/politica.html>
- Muente, G. (2019). *Matris EFI*. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/matriz-efi/>
- Navarro, J. (2016). *Plan Operativo*. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/economia/plan-operativo.php>
- Noboa, R. (s.f.). *Definicion de Servicio de taxi Ejecutivo*. Recuperado de: <file:///C:/Users/PC/AppData/Local/Temp/noboa-4.pdf>
- Pacheco, J. (2020). *¿Que es la Gestion Administrativa?* Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/gestion-administrativa/>
- Peiro, R. (2021). *Pensamiento Estrategico*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/pensamiento-estrategico.html>
- Perez, A. (2021). *Analisis Externo de una Empresa*. Recuperado de: <https://www.obsbusiness.school/blog/analisis-externo-de-una-empresa-formas-de-plantearlo>
- Perez, A. (2021). *Analisis Externo de una Empresa*. Recuperado de: <https://www.obsbusiness.school/blog/analisis-externo-de-una-empresa-formas-de-plantearlo>
- Perez, J. (2019). *Definicion de Oportunidad*: Recuperado de: <https://definicion.de/oportunidad/>
- Quiroa, M. (2020). *Analisis Interno de una Empresa*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-interno-de-una-empresa.html>
- Quiroa, M. (2020). *Analisis Externo de una Empresa*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-externo-de-una-empresa.html>
- Quiroa, M. (2020). *Analisis Situacional*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-situacional.html>
- Quiroa, M. (2020). *Debilidades de una Empresa*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/debilidades-de-una-empresa.html>
- Quiroa, M. (2020). *Gestion Administrativa*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-administrativa.html>
- Quiroa, M. (2021). *Analisis Estrategico*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-estrategico.html>
- Recuenco, M. (2020). *Diseño de un plan estratégico de la compañía de la compañía de taxis wilson morocho s.a de la ciudad de riobamba, periodo 2020-2023*. Recuperado de: [:file:///C:/Users/PC/Downloads/22T0568\(2\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/22T0568(2).pdf)
- Recuenco, M. (2020). *Diseño de un plan estratégico de la compañía de taxis wilson morocho s.a de la ciudad de riobamba periodo 2020-2023*. Recuperado de: [file:///C:/Users/PC/Downloads/22T0568\(1\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/22T0568(1).pdf)
- Recuenco, M. (2020). *Diseño de un plan estratégico de la compañía de la compañía de taxis*

- wilson morocho s.a de la ciudad de riobamba, periodo 2020-2023. Recuperado de :file:///C:/Users/PC/Downloads/22T0568(2).pdf
- Roman, L. &. (2020). *Estrategias de mejora del Practicum del grado en Sociología a través de un modelo CAME*. Recuperado de file:///C:/Users/PC/Documents/CUT_2020_32(1).pdf
- Roncancio, G. (2018). *Planeacion Estrategica*. Recuperado de: <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>
- Roncancio.G. (2018). *Planeacion Estrategica*. Recuperado de: <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>
- Ruiz, M. (2019). *Plan Estrategico*. Recuperado de : <https://milagrosruizbarroeta.com/plan-estrategico-empresa-pyme-que-es-como-se-hace/>
- Ruiz, M. (2020). *Analisis Pestel*. Recuperto de : <https://milagrosruizbarroeta.com/analisis-pestel/>
- Ruiz.M. (2019). *Plan Estrategico*. Recuperado de: <https://milagrosruizbarroeta.com/plan-estrategico-empresa-pyme-que-es-como-se-hace/>
- Rus, E. (2020). *Organigrama Estructural*. *Economipedia.com*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/organigrama-estructural.html>
- Saigua, R. (2017). *Diseño de un plan de gestión estratégica de la compañía libertadores libertaxis a en el canton riobamba ,provincia de chimborazo periodo 2017-2022*. Recuperado de: file:///C:/Users/PC/Downloads/12T01158.pdf
- Sanchez, J. (2015). *Empresa*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Sanchez, J. (2016). *Plan Estrategico*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html>
- Sanchez.J. (2016). *Plan estrategico*. Recuperado de : <https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html>
- Sarli, R., Gonzales, S., & Ayres, N. (2015). *Analisis Foda*. Recuperado de :file:///C:/Users/PC/Downloads/sarlirfo-912015.pdf
- Shum, Y. (2018). *Matriz Evaluacion de Factores Externos*. Recuperado de: <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe/>
- Significados.com. (2021). *Muestra*. Recuperado de: <https://www.significados.com/muestra/>
- Sy Corvo, H. (2021). *Filosofia empresarial*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/filosofia-empresarial/>
- Teamleader. (2017). *Cadena de Valor*. Recuperado de: <https://www.teamleader.es/blog/que-es-la-cadena-de-valor-de-una-empresa>
- Torreblanca, F. (2015). *Concepto de mision y vision empresarial*. Recuperado de: <https://franciscotorreblanca.es/concepto-de-mision-y-vision-empresarial/>
- Trenza, A. (2019). *Metodo Smart*. Recuperto de: <https://anatrencia.com/metodo-smart-que-es-para-que-sirve/>

- Trenza, A. (2020). *Características de un Plan Estratégico*. Recuperado de: <https://anatrenza.com/plan-estrategico-empresa/>
- Trenza, Ana. (2020). *Características de un Plan Estratégico*. Recuperado de: <https://anatrenza.com/plan-estrategico-empresa/>
- Ucha, F. (2008). *Plan*. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/general/plan.php>
- Uriarte, J. (2020). *Planificación*. Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/planificacion/>
- Uriarte, J. (2020). *Características de los Objetivos*. Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/objetivos/>
- Uriarte, J. (2020). *Planificación*. Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/planificacion/>
- Vesga, G. (2020). *La 5 fuerzas de Porter*. Recuperado de: <https://gestion.pensemos.com/5-fuerzas-de-porter-que-son-como-usarlas-ejemplos>
- Westreicher, G. (2020). *Gestión*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/gestion.html>
- Westreicher, G. (2020). *Metodo Deductivo*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>
- Westreicher, G. (2020). *Población*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/poblacion.html>
- Westreicher, G. (2020). *Población*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/poblacion.html>



ANEXOS

ANEXO A: ENTREVISTA

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



Entrevista dirigida AL Sr. Luis Armando Huaraca Ñauñay, gerente general de la compañía de Taxi ejecutivo MEGAESTRATAXI S.A del cantón Guano.

Objetivo: Conocer la percepción de la aplicación de un Plan Estratégico.

1.- ¿Qué opina Ud. acerca de las actividades que se realizan en la compañía?

.....
.....
.....
.....
.....

2.- ¿Existe una debida coordinación entre los socios al momento de plantear una propuesta?

.....
.....
.....
.....

3.- ¿Qué opina Ud. acerca de la implementación de un Plan Estratégico para la compañía?

.....
.....
.....
.....

4.- ¿Existen capacitaciones periódicas a los socios dentro de la compañía?

.....

.....
.....
.....
.....

5.- ¿Indique cuál es el nivel de compañerismo entre los socios para el desempeño de actividades en general?

MUY BUENO	
BUENO	
REGULAR	
MALO	

6.- ¿Qué aspectos considera Ud. que se debería tomar en cuenta para el logro de una administración efectiva?

.....
.....
.....
.....
.....

7.- ¿La compañía cuenta con políticas, misión, visión, valores y objetivos?

.....
.....
.....
.....
.....

8.- ¿La compañía realiza algún estudio sobre el grado de satisfacción de los clientes?

.....
.....
.....
.....
.....

Gracias por su colaboración

ANEXO B: ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



Encuesta dirigida a los socios de la compañía de Taxi ejecutivo MEGAESTRATAXI S.A del cantón Guano.

Objetivo: Conocer la Procedencia de la aplicación de un Plan Estratégico.

1.-La compañía cuenta con un Plan Estratégico.

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
Poco de acuerdo	
Desacuerdo	

2.- ¿Qué tan importante considera Ud. la implementación de un Plan Estratégico para la compañía?

Muy importante	
Importante	
Indiferente	
Poco importante	
Nada importante	

3.-Considera Ud. ¿Qué sus opiniones son tomadas en cuenta al momento de tomar decisiones en la compañía?

Siempre	
Casi siempre	
Indeciso	
A veces	
Nunca	

4.-La compañía de taxis MegaExtrataxi S.A tiene una visión, misión y valores que definan su razón de ser.

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	
Totalmente desacuerdo	

5.-En lo personal como califica Ud. el servicio que brinda a sus clientes.

Muy bueno	
Bueno	
Indeciso	
Regular	
Malo	

6.-Cree Ud. que con la implementación de un Plan Estratégico mejorara la estructura organizacional de la compañía.

Si	
Tal vez	
Indeciso	
Probablemente	
No	

7.- ¿Cómo califica la relación que se mantiene entre los socios de la compañía?

Excelente	
Bueno	
Indeciso	
Regular	
Malo	

8.-Está de acuerdo Ud. que si se implementaran nuevas estrategias dentro de la compañía mejoraría sus servicios.

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Indiferente	
En desacuerdo	

Totalmente desacuerdo	
--------------------------	--

9.-Considera Ud. que la Gestión Administrativa actual en la compañía es la más adecuada.

Muy de acuerdo	
De acuerdo	
Indeciso	
Poco acuerdo	
Desacuerdo	

10.-Tiene usted conocimiento de las siglas FODA y cuál es su función.

Si	
No	
Tal vez	

ANEXO C: SOCIOS DE LA COMPAÑÍA DE TAXI MEGAESTRATAXI S.A



ANEXO D: UNIDADES DE LA COMPAÑÍA DE TAXI MEGAESTRATAXI





epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 23/ 06 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: TANIA ROCIO CHICAIZA ÑAUÑAY
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Título a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.

1106-DBRA-UTP-2023