



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO /A EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

Desarrollo de un Plan Estratégico para la compañía de transporte pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A., en la ciudad de Guaranda, año 2022.

AUTOR(A) (ES):

Amaguaña Evase Kleber Mauricio
Chileno Rochina Alexa Nathaly

DIRECTOR(A):
ING. MARIO ESCOBAR

PAR ACADÉMICO:
ING. JESSICA DURÁN
ECON. RENÉ VILLACRÉS

GUARANDA – ECUADOR

2022

Tema del Proyecto del Trabajo de Integración Curricular

Desarrollo de un Plan Estratégico para la compañía de transporte pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A., en la ciudad de Guaranda, año 2022.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Estatal de Bolívar, a la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática por darnos una oportunidad de estudiar la carrera de Administración de Empresas y con la bienvenida a un estilo de vida profesional, reconociendo a los docentes por esos momentos de capacitaciones, enseñanzas eternas, además reconozco a la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A. nos brindaron para culminar con este proyecto, de igual manera al Ing. Mario Escobar nuestro director académico que gracias a sus conocimientos dio su guía en esta investigación y a los pares académicos Ing. Jessica Durán, Econ. René Villacrés por su comprensión, tiempo, interés, a Dios por protegerme de cualquier mal y salud para lograr mis objetivos.

Amaguaña Kleber

Reconozco a mi hermana por brindarme su apoyo durante el transcurso de este tiempo a lograr desarrollar mi trabajo, también agradezco a mi tutor y mis pares por la revisión del trabajo, logrando de esta manera cumplir con éxito esta etapa final de nuestro trabajo, para seguir adelante con mis metas, llenándonos de fuerza y confianza podemos lograr todas las metas que nos propongamos en nuestras vidas.

Chileno Alexa

DEDICATORIA

Dedico en primer lugar a Dios por brindarme salud, sabiduría y fuerza, para cumplir con mis objetivos propuestos en mi vida. A mis padres por haberme formado como una buena persona, con carácter y valores que me ayudaron en mi carrera, a mis hermanos, amigos, familiares que estuvieron apoyándome en este camino de estudio, en todo momento fueron un soporte con sus motivaciones que me ofrecían de todo corazón.

A mi novia especialmente por estar en las buenas y en las malas, siempre estuvo a mi lado siendo un pilar de motivaciones a seguir, formando parte de mi vida con sus consejos y su ayuda constante, ella formó parte de mi familia apoyándome y dándome fuerza a seguir en esos momentos de complicación que se presentaban y gracias a todos por ayudarme a cumplir una meta más en mi vida.

Amaguaña Kleber

Dedico con mi corazón esta tesis a mis padres Gladis Rochina y Angel Chileno, a mi familia que lograron apoyarme en el transcurso de todo este tiempo, a los docentes que estuvieron desde un durante este periodo académico logrando así llegar a culminar con éxito este trabajo y por último a mi hermana Doris que estuvo apoyándome en las buenas y en las malas.

Chileno Alexa

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

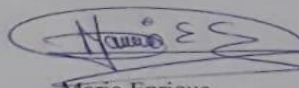
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Ing. "Mario Enrique Escobar Gortaire "e Ing. "Jessica Ernestina Duran Delgado" Ecom. "René Mesias Villacrés Borja ", en su orden Director y Pares Académico del Trabajo de Titulación "Desarrollo de un Plan Estratégico para la compañía de transporte pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A., de la ciudad de Guaranda, año 2022." desarrollado por el señor Kleber Mauricio Amaguaña Evase y la señorita Alexa Nathaly Chileno Rochina.

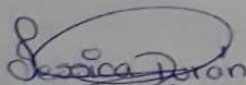
CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la Carrera de Administración de Empresa, por lo tanto, autorizamos su presentación y defensa.

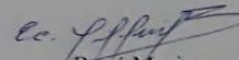
Guaranda, 28 de Octubre del 2022



Mario Enrique
Escobar Gortaire
Director



Jessica Ernestina
Duran Delgado
Par Académico



René Mesias
Villacrés Borja
Par Académico

DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA



DERECHOS DE AUTOR

Nosotros Amaguaña Evase Kleber Mauricio y Chileno Rochina Alexa Nathaly portadores de la Cédula de Identidad No 1725223307 y 0250355013 en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: Desarrollo de un Plan Estratégico para la compañía de transporte pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A., en la ciudad de Guaranda, año 2022., modalidad de trabajo de integración Curricular, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Los autores declaran que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causay liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Nombres y Apellidos

Nombres y Apellidos



CI.0250355013



CI. 1725223307

Índice

Tema del Proyecto del Trabajo de Integración Curricular	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO.....	v
DERECHOS DE AUTORÍA NOTARIZADA	vi
Introducción	12
Resumen	14
Abstract	15
Capítulo I. Formulación General del Proyecto	16
1.1 Descripción del Problema.....	16
1.2 Formulación del Problema	18
1.3 Preguntas de Investigación	18
1.4 Justificación	18
1.5 Objetivo	20
General.....	20
Específicos	20
1.7 Variables (Operacionalización).....	21
Capítulo II. Marco Teórico	24
2.1 Antecedentes	24
2.2 Marco Científico.....	31
2.3 Marco Conceptual	38
2.4 Marco Legal	41
2.5 Marco Geo referencial.....	46
Capítulo III. Metodología	47
3.1 Tipo de Investigación	47
3.2 Enfoque de la investigación	48
3.3 Métodos de Investigación.....	49

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos	50
3.5 Universo	50
Instrumentos de investigación	50
3.6 Procesamiento de la información	51
Capítulo IV. Resultados y Discusión	52
Capítulo V. Propuesta.....	81
Visión	83
Diagnostico Interno	83
Matriz EFI	84
Matriz EFI	84
Diagnóstico Externo	85
Matriz EFE	85
Matriz EFE	86
Matriz FODA	87
Matriz combinada DAFO	96
Cinco Fuerzas De Porter.....	88
Matriz BCG	93
Misión.....	83
Objetivos	94
Objetivo general.....	94
Objetivo específico	95
Valores.....	95
Estrategias	97
Análisis de las estrategias	100
Selección de estrategias.....	102
CONCLUSIONES.....	112
RECOMENDACIONES.....	112
BIBLIOGRAFÍA.....	114
ANEXOS	119

Índice de cuadros

Cuadro 1 Variable Independiente.....	22
Cuadro 2 Variable Dependiente	23
Cuadro 3 Matriz EFI	84
Cuadro 4 Matriz EFI	84
Cuadro 5 Matriz EFE	85
Cuadro 6 Matriz EFE	86
Cuadro 7 Matriz FODA	87
Cuadro 8 Matriz combinada DOFA.....	96
Cuadro 9 Rivalidad Competitiva.....	89
Cuadro 10 Nuevos Competidores	90
Cuadro 11 Poder de Negociación de los Clientes	91
Cuadro 12 Poder de Negociación de los Proveedores	92
Cuadro 13 Matriz BCG.....	93
Cuadro 14 Nivel de Impacto	99
Cuadro 15 Análisis de las estrategias.....	100
Cuadro 16 Modelos de Grantt.....	103
Cuadro 17 Presupuesto	104
Cuadro 18 Características de los camiones y precios	107

Índice de tablas

Tabla 1 ¿Usted conoce qué es un Plan Estratégico?	53
Tabla 2 ¿Conoce usted la razón de ser de la compañía?.....	54
Tabla 3 ¿La compañía transrubol tiene una planificación?.....	55
Tabla 4 ¿La compañía tiene definidos sus objetivos?.....	56
Tabla 5 ¿Tiene un sistema adecuado para planificar?.....	57
Tabla 6 ¿Los precios que cobra están acorde al mercado?	58
Tabla 7 ¿Los ingresos que reciben son adecuados?	59
Tabla 8 ¿Cree usted que existe una buena comunicación?	60
Tabla 9 ¿Por qué medios se comunica con sus compañeros?	61

Tabla 10 ¿Las unidades que cuenta la compañía están acorde con la cantidad de los clientes?.....	62
Tabla 11 ¿Qué tipo de marca de vehículo posee?.....	63
Tabla 12 ¿Conoce usted si la compañía cuenta con todos los permisos de circulación?	64
Tabla 13 ¿Han recibido capacitación sobre un Plan Estratégico?.....	65
Tabla 14 ¿Existen clientes insatisfechos?	66
Tabla 15 ¿Cuándo usted realiza la entrega de mercancía ha obtenido problemas?	67
Tabla 16 ¿Qué problema ha tenido al momento de entregar la mercadería?	68
Tabla 17 ¿Usted cree que la compañía debe implementar nuevas estrategias?	69
Tabla 18 ¿Cuándo existe problema con alguna entrega cuales son las estrategias a implementarse?	70
Tabla 19 ¿Usted está de acuerdo que al momento de implementar un Plan Estratégico será más competitivo?.....	71
Tabla 20 ¿Estaría de acuerdo si la Compañía contará con un rastreo GPS para mayor seguridad en su carga?	72

Índice de gráficos

Gráfico 1 ¿Usted conoce qué es un Plan Estratégico?	53
Gráfico 2 ¿Conoce usted la razón de ser de la compañía?	54
Gráfico 3 ¿La compañía transrubol tiene una planificación?.....	55
Gráfico 4¿La compañía tiene definidos sus objetivos?.....	56
Gráfico 5 ¿Tiene un sistema adecuado para planificar?.....	57
Gráfico 6 ¿Los precios que cobra están acorde al mercado?	58
Gráfico 7 ¿Los ingresos que reciben son adecuados?.....	59
Gráfico 8 ¿Cree usted que existe una buena comunicación?	60
Gráfico 9 ¿Por qué medios se comunica con sus compañeros?.....	61
Gráfico 10 ¿Las unidades que cuenta la compañía está acorde con la cantidad de los clientes?.....	62
Gráfico 11 ¿Qué tipo de marca de vehículo posee?.....	63
Gráfico 12¿Conoce usted si la compañía cuenta con todos los permisos de circulación?	64

Gráfico 13 ¿Han recibido capacitación sobre un Plan Estratégico?	65
Gráfico 14 ¿Existen clientes insatisfechos?	66
Gráfico 15 ¿Cuándo usted realiza la entrega de mercancía han obtenido problemas?	67
Gráfico 16 ¿Qué problema ha tenido al momento de entregar la mercadería?	68
Gráfico 17 ¿Usted cree que la compañía debe implementar nuevas estrategias?	69
Gráfico 18 ¿Cuándo existe problema con alguna entrega cuales son las estrategias a implementarse?	70
Gráfico 19 ¿Usted está de acuerdo que al momento de implementar un Plan Estratégico será más competitivo?	71
Gráfico 20 ¿Estaría de acuerdo si la Compañía contará con un rastreo GPS para mayor seguridad en su carga?	72

Índice de imágenes e figuras

Figura 1 modelo de Frank Banghart	33
Figura 2 Desarrollo del Modelo de Tom Lambert	36
Imagen 1 Ubicación de la Compañía Transrubol S.A.....	41
Imagen 2 posicionamiento de la Compañía Transrubol S.A. en la matriz BCG	88
Imagen 3 Encuesta a los socios de la Compañía Transrubol S.A.	122
Imagen 4 Encuesta a los socios de la Compañía Transrubol S.A.	126
Imagen 5 Encuesta a los socios de la Compañía Transrubol S.A.	128
Imagen 6 Carta de aceptación de la Compañía Transrubol S.A.	129
Imagen 7 Realización de la entrevista a la contadora de la Compañía	130
Imagen 8 Diversas unidades ubicadas en el estacionamiento	130
Imagen 9 Realización de la encuesta al socio de la Compañía	131

Introducción

Hoy en día las Compañías de Transporte Pesado buscan mejorar sus servicios para mostrar reconocimiento a nivel regional y nacional, según el INEC en Ecuador existen 5.193 Compañías que con el transcurso del tiempo cada una de las entidades buscan nuevas y renovadas estrategias para encontrar la diferencia entre el entorno del país, dentro de la Sierra en la ciudad de Guaranda- provincia Bolívar se encuentra ubicada la matriz, cuenta con distintos socios, los agricultores y comerciantes son los individuos que aumentan la utilización de este medio para transportar sus mercaderías hacia otros lugares, en la ciudad de Guaranda tenemos cinco Compañías que ofrecen los mismos servicios.

En el primer capítulo se brinda una breve descripción del problema de la Compañía en donde representa sus actividades, accionistas y toda la información en relación a la entidad, seguido a esto se realiza la formulación del problema, objetivos, justificación y operaciones de las variables.

En el segundo capítulo se detalla la recolección de diferentes investigaciones relacionadas al tema acerca del Plan Estratégico que se implementa en las Compañías con sus referencias bibliográficas, además, se describe el marco teórico, científico, conceptual, legal, y geo referencial para ello se tomará en cuenta como referencia varios documentos que ayuden a fortalecer la investigación.

En el tercer capítulo se describe la metodología, el tipo, enfoque y los métodos de investigación, seguido de las técnicas e instrumentos de recopilación de datos, el universo y por último el procesamiento de la información.

En el cuarto capítulo se realizó el análisis, interpretación y discusión de resultados de las encuestas obtenidas mediante la investigación de campo aplicada a los 148 accionistas de la Compañía Transrubol S.A. con sus respectivos gráficos, por último, se aplicó una entrevista.

En el quinto capítulo se realiza el diagnóstico de la Compañía mediante matrices como son el FODA, BCG, Cinco Fuerzas de Porter, Matriz de Estrategias, proponemos una visión - misión valores y estrategias para la Compañía que se realizará mediante un cronograma para cumplir cada una de las estrategias.

Finalmente se emitieron las conclusiones y recomendaciones del tema de investigación, los anexos entre otras evidencias que nos ayudan a sustentar el trabajo investigativo.

Resumen

En la presente investigación se realizó un diagnóstico situacional, con el objetivo de elaborar un Plan Estratégico de la Compañía Transrubol S.A. en la ciudad de Guaranda para el mejoramiento del servicio a sus clientes. En la metodología se usó todo el universo que fueron 148 socios que conformaban la organización, de esta manera se recurrió a la entrevista y encuesta para la recolección de la información, los resultados evidencian y apuntan que la Compañía no cuenta con un Plan Estratégico y otras debilidades que afectan dentro de la entidad, por el cual se realizó un análisis interno dentro de la Compañía con las matrices FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenaza), BCG, (Aboston Consulting Group), además, se efectuó otras matrices que nos ayudó a formular estrategias para la entidad. Por lo tanto, la utilización de estas estrategias logró una visualización interna y externa que accedió a la competitividad al momento de ofrecer servicios de carga pesada, de la misma manera, con la necesidad de implementar un Plan Estratégico que permitió determinar la misión y visión hacia dónde se quiere llegar con objetivos propuestos de esta indagación con el fin de lograr satisfacer las necesidades de los clientes.

Palabras claves: investigación, Plan Estratégico, Compañía, matrices.

Abstract

In the present investigation, a situational diagnosis was carried out in the city of Guaranda, with the objective of elaborating a strategic Plan of the Transrubol S.A. Company for the improvement of the service to its clients. In the methodology, the entire universe was used, which were 148 shareholders that made up the organization, in this way the technique that is the interview and survey was used with the instrument of the questionnaire for the collection of information, the results show and point out that the company does not have a strategic Plan, and other weaknesses that affect within the entity, for which an internal analysis was carried out within the company with the SWOT matrices (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), BCG, (Aboston Consulting Group), in addition, other matrices were made that helped us formulate strategies for the entity. Therefore, the use of these strategies achieved an internal and external visualization that accessed competitiveness when offering heavy load services, in the same way, attention was paid to the behavior of its goods, with the need to implement a Plan strategic that allowed to determine the mission and vision towards where it is wanted to arrive with proposed objectives of this investigation.

Keywords: research, strategic Plan, company, matrices.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Problema

En el año 2005 se constituyó esta organización en la ciudad de Guaranda exactamente el cuatro de mayo del mismo año, al inicio fueron con dos accionistas y con un representante legal Flores Estrella José Henry, la Compañía, está conformada por sus respectivos departamentos y un empleado encargado en el área de contabilidad Jurisdicción Zona 5 Bolívar Guaranda, Número RUC 0291503845001, sin embargo, la sociedad que la conforma es anónima y cuenta con 148 Socios y un representante legal

La Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A. se encuentra ubicado en la Panamericana Norte Km 5 ½ S/N San Miguel, Guaranda, Bolívar frente al hospital IESS, inició sus actividades en el año 2005 hasta la actualidad, durante el transcurso del tiempo, se han dedicado a las diferentes diligencias de carga pesada en múltiples vías: madera ganado de carne, transporte refrigerado como las carnes congeladas, carga pesada como materiales de construcción, carga a granel como verduras- frutas, desperdicios y materiales de desecho, estos y otros son ejemplos de los servicios que brinda la Compañía.

La entidad cuenta con 148 unidades de vehículos que tienen a disposición para sus actividades, se rige a un estatuto del artículo séptimo en donde nos habla sobre la remisión legal en la cual la Compañía hace su disposición, además, no posee una infraestructura propia, pero brindan la atención en un local de arriendo en donde está

ubicado sus oficinas en el segundo piso frente al hospital IEISS, tienen una contadora que realiza todas las actividades financieras de la organización.

Esta Compañía no cuenta con un Plan Estratégico adecuado dentro de la organización, debido a los problemas del servicio al cliente de la ciudad de Guaranda, dentro de los inconvenientes más comunes son: horas de servicio, escasez de conductores de camiones, retención del personal, estacionamiento para camiones, salud del conductor, aumento de emisiones de contaminantes atmosféricos, la falta de comunicación afecta al proceso de rutas y vías que frecuentan constantemente, esto, perjudica la mercancía por daños que se puede presentar en las rutas, por ejemplo, fallos en la fecha de entrega, el cliente no estaba presente al momento de la entrega, errores en la integridad, cantidad o calidad de productos solicitados, costos de envío muy elevados, falta de control al momento de recibir, esto ocasiona malos entendidos y mala representación para la Compañía,

La Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A., surgió con la necesidad de ofertar su servicio de carga pesada para los usuarios que requieran este tipo de servicio, el principal problema es el desconocimiento en la parte administrativa y un deficientemente manejo en la organización lo que trae como consecuencia poco crecimiento empresarial, además, no cuenta con una misión y visión los cual estimula que los empleados no tengan claro el camino empresarial a seguir.

Mediante un Plan Estratégico, se tomará en cuenta las variables que permitan identificar las debilidades y fortalezas, planteando los objetivos de la Compañía con el fin de tener una mayor rentabilidad y excelente servicio.

Los trabajadores de la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A. deben conocer las funciones y responsabilidades que realizan dentro de la misma, pues de esta manera podrán desempeñar mejor su trabajo.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo incide la falta de un Plan Estratégico, en el desarrollo de las actividades de la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A. al año 2022?

1.3 Preguntas de Investigación

¿Qué tipo de servicio ofrece la Compañía?

¿Cumple con las necesidades y expectativas de los clientes?

¿Qué estrategia de movilización disponen ante sus usuarios?

¿Qué métodos se pueden aplicar para determinar los elementos pertinentes dentro de la Planificación?

¿Tienen un Plan Estratégico?

¿Qué Modelo de Camiones tiene?

¿Del total de unidades cuántos tienen un nivel de vida baja, media y alta?

1.4 Justificación

El presente trabajo de investigación desarrollará un Plan Estratégico que mejore el servicio de la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A. para llevar a cabo los objetivos planteados, así se podrá minimizar las debilidades y aprovechar las fortalezas, mediante el análisis de las diferentes matrices propuestas.

El objetivo del Plan Estratégico, es una estrategia para mejorar el servicio de transporte de carga de la Compañía, además establecer las razones que inciden en la necesidad de proponer novedosas tácticas y técnicas en el proceso de la prestación de servicio, implementando diferentes actividades para optimizar la entrega de la mercadería al cliente.

En la actualidad la Compañía no cuenta con un Plan Estratégico que proporciona información ante el servicio que debería facilitar, por el cual no tiene un control de proceso que debe regirse, de tal modo que esto provoca que la Compañía no tenga una visión clara de lo que pretende demostrar ante el servicio, además, esto afecta el mercado comercial ante sus competencias, mediante el Plan Estratégico se puede mejorar su participación en el mercado en el cual permita la optimización de los recursos administrativos, para la recopilación de datos se efectuará una encuesta a la socios de la institución generando así un buen desarrollo económico.

La Compañía proporciona sus servicios en un local que está ubicado carretera vía Guaranda –Ambato frente al Hospital del Seguro COAD en el segundo piso, además, no posee una infraestructura propia que esto es una debilidad ante su competencia, los vehículos cuentan con 148 unidades, los cuales se distinguen en; 20 cabezas de tráiler, 30 camiones pequeños, 30 camiones medianos y 68 camiones grandes, las marcas de la unidades son: Chevrolet, Hino, Mercedes Benz, Isuzu y Jac, además, tiene un tiempo de duración o de uso un ejemplo es desde el 2010 hasta actualidad brindan sus actividades comerciales que está encargado una solo persona en el estado de contabilidad y otras acciones que se presenta.

Por otra parte, el Plan Estratégico sustenta información que identifica las estrategias, se debe cumplir ante las debilidades encontradas, en estas acceden el cumplimiento de los objetivos, teniendo en cuenta el camino a seguir de sus actividades y de esta manera llevar un proceso sobre el entorno de la Compañía mediante el cual se formulará varias tomas de decisiones.

1.5 Objetivo

General

Elaborar un Plan Estratégico para el mejoramiento del servicio a sus clientes, en la Compañía de transporte pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A., de la ciudad de Guaranda, año 2022.

Específicos

- Determinar un diagnóstico situacional de la Compañía con Fortaleza, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.
- Identificar el manejo del modelo Tom Lambert que conceptualice y el desarrollo del Plan Estratégico.
- Diseñar un Plan Estratégico que mejore el servicio de transporte actual en la Compañía.

1.7 Variables (Operacionalización)

Variables

El Plan Estratégico de la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A. servirá para mejorar el servicio al cliente en el año 2022.

Variables

Variable Independiente: Plan Estratégico.

Variable Dependiente: Mejorar el servicio de la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A. en el año 2022.

Operacionalización de Variables

- Variable Independiente: Plan Estratégico

Cuadro 1 Variable Independiente

Variable	Contextualización	Categoría	Indicadores	ITEM	Técnicas/instrumento
Plan Estratégico	Se trata de realizar técnicas que ayuden a diagnosticar la situación de cómo se encuentra la Compañía Transrubol S.A.	Técnicas	FODA	¿La Compañía cuenta con un análisis interno y externo?	Encuesta
	Se trata de utilizar técnicas que permitan identificar la posición competitiva.	Técnicas	BCG	¿Considera que el Plan Estratégico ayudará a la Compañía a tener posicionamiento en el mercado?	Encuesta
	Se trata de utilizar técnicas que ayuden a conocer la rivalidad competitiva entre otras.	Técnicas	Cinco Fuerzas de Porter	Las competencias de otras Compañías	Entrevista

Variable Dependiente: Mejoramiento del servicio

Cuadro 2 Variable Dependiente

Variable	Contextualización	Categoría	Indicadores	ITEM	Técnicas/ instrumento
Mejoramiento del servicio	Se trata de realizar técnicas que contribuyan al mejoramiento del servicio de la organización, para satisfacer las expectativas de los clientes, logrando una buena capacitación dentro de la Compañía.	Técnicas	Ciclo de Deming	¿Estaría de acuerdo si la Compañía contará con un rastreo para mayor seguridad en su carga?	Encuesta
	Se pretende implantar nuevas estrategias para la Compañía.	Técnicas	Matriz combinada DAFO	Qué tipo de mejoramiento se deben implementar para mejorar el servicio de la Compañía.	Entrevista
	Se pretende seleccionar las estrategias para el mejoramiento del servicio de la Compañía Transrubol S.A.	Técnicas	Matriz de estrategias	Mediante la implementación de un Plan Estratégico para su Compañía.	Entrevista

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

En la investigación de la propuesta de un Plan Estratégico para la Compañía de Transporte Carga Pesada Transcalsa S.A., encaminado a mejorar la competitividad en la organización. Se implementó métodos, técnicas que permitió conocer los factores externos e internos de la empresa, que se hizo válido en la toma de decisiones, el diagnóstico se ejecutó para identificar la situación actual, donde se evaluaron: Capacidad de Talento Humano, Planificación, Aspecto Técnico del transporte, Clientes, Proveedor aplicando herramientas que sirvieron de apoyo en los aspectos administrativos mediante matrices EFI, FODA, estrategias que ayudaron de manera positiva en el posicionamiento y crecimiento de la empresa. Se enfocó en el control Estratégico utilizando el círculo de Deming, mediante la ejecución de las tareas que no se cumplieron en el Plan de acción, el propósito de esta herramienta es lograr que permanezca en el mercado, proteja la inversión y mejore la calidad del servicio.

En conclusión, la propuesta fue buscar posibles estrategias para obtener resultados esperados en la gestión de procesos y mejora continua que le permita planificar, identificar acciones que ayuden a la calidad del servicio. (Bravo, 2017)

En la indagación perfilada por Mendoza Rojas acerca de un Plan Estratégico Mejorar el servicio de Transporte de Carga de La Empresa Translogal. El objetivo consistió en identificar las fallas existentes, mediante un análisis de la situación actual de la Compañía. Con el aporte de la parte teórica se consigue un abanico amplio de opciones para implementar aspectos que se deben corregir, además determinar las causas que inciden en la necesidad de plantear nuevas estrategias en el proceso del servicio de Transporte de carga, el diseño metodológico está basado mediante una investigación descriptiva, determinando las principales problemáticas, se obtuvo información mediante encuestas a las personas inmersas en el proceso.

La propuesta es explicada en el Capítulo final, aplicando estrategias en los departamentos para mejorar el tiempo de entrega de la mercadería en la que incluye las particularidades de la misma, además, se presentan las conclusiones obtenidas para la implementación del Plan Estratégico, instaurando parámetros claros y un conocimiento integral de los componentes que incluye la propuesta.

El propósito de un Plan Estratégico es identificar las fallas existentes de la organización para determinar los aspectos que afectan, sabiendo las distintas necesidades, para lograr estrategias ante el servicio que posee la Compañía, los accionistas deben estar al tanto de la planeación para establecer los objetivos propuestos. (MENDOZA, 2018)

La investigación ejecutada por Cisneros y Rumiguano se realiza con el objetivo de analizar la gestión administrativa y financiera de la Compañía de Transporte Pesado “Santillán Minga” S.A., realizando un diagnóstico situacional, con una propuesta de reestructuración basada en la dirección estratégica. Estableciendo políticas y procedimientos para el control de cada una de las actividades económicas de la organización, se realiza la formulación y diseño del Cuadro de Mando Integral como herramienta de control que permite monitorear, evaluar y controlar el desempeño del Plan Estratégico, se realizó la respectiva evaluación financiera del proyecto determinando su rentabilidad.

La metodología utilizada es el estudio de campo y entrevistas con los propietarios del lugar, en conclusión, se determina en la organización sus integrantes realizan sus actividades administrativas y financieras sin un adecuado direccionamiento, por lo que se recomienda la aplicación de la Planificación Estratégica propuesta.

En la tesis de investigación se ha realizado de un diagnóstico situacional por parte de la Compañía, además, se menciona una propuesta sobre las reestructuraciones que se basaron en las direcciones estratégicas, logrando establecer políticas para llegar a un mejor control de cada una de las actividades dentro de la institución, cabe recalcar que las organizaciones siempre realizarán la formación y diseño de cómo se evaluará el servicio. (Cisneros & Rumiguano, 2017)

En su tesis realizada por Diego Tobar se efectúa una propuesta estratégica, su objetivo es elaborar una propuesta para el Plan Estratégico de la Empresa de Transporte y Servicios Logísticos Express Chasquis S.A.

En el trabajo se efectuó una investigación científica, pues en todo el proceso se obtendrá los resultados mediante procedimientos metódicos, donde se utilizará la reflexión, los razonamientos lógicos y la investigación, que responderá a una búsqueda intencionada, para lo cual se delimitarán los objetivos y se prevendrán los medios de indagación necesarios para el éxito del proyecto a desarrollar.

En conclusión, nos menciona que los sistemas de medición que contribuye a administrar mejor y crear valores a largo plazo, involucrando al personal, administradores, ejecutivos y suministradores, complementa los indicadores financieros y no financieros, logrando un balance en el que la organización, al mismo tiempo que alcanza resultados a corto plazo puede construir su futuro de forma exitosa cumpliendo su misión y garantizando que todos los trabajadores mantengan un sentido de pertenencia. (Tobar, 2016)

La exploración verificada por Gloria Lema está dirigida a la pequeña empresa el Lojanito ubicada en Conocoto, dedicada a la producción y comercialización de productos alimenticios típicos de la gastronomía ecuatoriana. El objetivo del presente trabajo de investigación es proponer un Plan Estratégico que le permita a la empresa mejorar su

gestión administrativa y direccionamiento con la finalidad de lograr un crecimiento comercial y financiero significativo para el 2022.

Esta propuesta está compuesta primero por el diagnóstico situacional; luego está definida el direccionamiento de la empresa; para finalizar se plantea la tácticas y acciones operativas que se deben ejecutar, así como también los indicadores y métodos para controlar el cumplimiento del Plan Estratégico.

En conclusión, la empresa es relativamente joven, solamente lleva cuatro años en el mercado ecuatoriano, pero debido a la simplicidad de su estructura organizacional y de la actividad económica, no se ha visto en la necesidad de establecer una Planificación estratégica, y actúan de acuerdo con las eventualidades o situaciones que se presenten. Se logró determinar otras debilidades como la ausencia de Planificación Estratégica, que posee la empresa de producción de alimentos, las principales son la falta de estructura organizacional y de funciones, de una gestión administrativa y financiera, ausencia de documentación de procesos, entre otros, los cuales justifican el actual desequilibrio en las distintas operaciones de la empresa. El cuadro de mando integral (CMI) permitió a la dirección de la empresa, medir los resultados generados con la implementación de la Planificación estratégica e identificar cuáles fueron los beneficios financieros obtenidos y medir el coeficiente de efectividad en la operatividad de la misma. (Gloria, 2018)

En el trabajo realizado por Daniela Alvarado se diseñó un Plan Estratégico para la empresa Ingeniería C&C Constructions Cía. Ltda. de la ciudad de Esmeraldas, partiendo del análisis situacional para posteriormente describir la misión, visión y objetivos estratégicos que serán útiles para impulsar el crecimiento de la empresa. Se empleó los métodos, deductivo y analítico-sintético que permitió conocer las teorías de las herramientas administrativas y así distinguir los componentes sobre el objeto de estudio, con la aplicación del estudio lógico se formularon estrategias a partir del análisis FODA, para dar cumplimiento al objetivo se aplicó una entrevista al gerente y contadora, y una encuesta a los trabajadores, además se realizó un focus group con todos los miembros de la empresa.

Entre sus principales resultados se muestra el FODA, a pesar de que tenga una imagen corporativa, disponibilidad de equipo, conocimiento en contratación pública y entre las debilidades, fortalezas, la inexistencia del Plan Estratégico, la falta de aplicación de estrategias de marketing y la organización en la empresa, conlleva que no se aprovechen las oportunidades. Con aplicación de las herramientas MFI (Matriz de Fuerza Interna) y MFE (Matriz de Fuerza Externa) se valoraron nuevas estrategias y para alcanzar su nivel de cumplimiento se procedió a trabajar con una herramienta de control, balance scorecard, que a través de indicadores la empresa puede llegar a lograr su misión, visión y objetivos estratégicos. Se concluye que la empresa

Ingeniería C&C Constructions Cía. Ltda. carece de misión, visión y objetivos estratégicos, entre sus principales debilidades, está la inexistencia de un Plan Estratégico, es por este motivo que no ha logrado un crecimiento organizacional óptimo. (Alvarado, 2020)

Diagnóstico de la Compañía

La Compañía Transrubol S.A., se dedica a brindar un servicio de Transporte de Carga Pesadas al país a nivel nacional, del mismo modo sus rutas no están predestinadas a un solo lugar ya que se desplazan y parten a diferentes sitios, además, poseen un monto establecido para cada viaje ya que cuenta con un precio apropiado a su bolsillo por tanto la mercancía se encuentra a disposición de los clientes al momento llegar a su destino, la matriz se encuentra ubicado en la Panamericana Norte Km 5 ½ Guaranda, Bolívar frente al Hospital del IESS su lugar está en el segundo piso, sus implementos de oficina contienen una mesa, silla, computadora, impresora, además, cuenta con 148 unidades de transporte los cuales están distribuidos en diferentes provincias del Ecuador, los socios de la Compañía se encargan de realizar sus propios negocios pero tienen la responsabilidad de reportarse con la persona legal, para informar sus actividades que está realizando por lo tanto los socios cumplen con todos sus requisitos que pide la agencia para circular con tranquilidad.

2.2 Marco Científico

Modelo de un Plan Estratégico de Frank Banghart

Quizá una de las descripciones más claras y completas del proceso de Planeación, de acuerdo con la corriente de sistemas, es la que propone Frank Banghart en su obra Education Planning, que incluye las siguientes fases: definición del problema, conceptualización del problema y diseño de Planes o alternativas, evaluación de Planes o de alternativas, selección de Planes o de alternativas, instrumentación del Plan o de la alternativa y retroalimentación. La propuesta de Frank Banghart con respecto al modelo de Newman, presenta algunas variantes interesantes de observar, entre las más importantes, la idea de sistemas, corriente a la que pertenece el autor.

- a) En la fase de la conceptualización del problema ya incluye el diseño de planes o alternativas, ligando varias de las etapas generales en una sola.
- b) En la segunda fase, se propone la evaluación de los planes o las alternativas propuestas; este paso es coherente como antecedente a la actividad de Planeación final.
- c) En la tercera fase, se consigna la selección de Planes o alternativas, como acción subsecuente a la evaluación, ya que se pudo determinar una mejor posibilidad entre las varias opciones.

- d) La cuarta fase, instrumentación del Plan o alternativa, se refiere propiamente a la operacionalización del Plan o alternativa seleccionada, iniciando así lo interpretamos la fase final del proceso.
- e) Finalmente, en la quinta fase, se propone el proceso de retroalimentación, como la actividad de análisis para depurar o corregir las deficiencias observadas durante la ejecución del Plan.

El modelo de Banghart, pese a su simplicidad nos proporciona una idea clara de las implicaciones del proceso de Planeación estratégica, contrastándolo con el anterior y con los subsecuentes, podemos tener una idea más aproximada del trabajo que lleva implícito el hacer Planes Estratégicos. (Flores & Gómez, 2008)

Figura 1 modelo de Frank Banghart



Conceptualización del problema y diseño de Planes o alternativas: En la fase de la conceptualización del problema ya incluyendo el diseño o alternativas ligado a varias etapas generales en una sola.

Evaluación de Planes o alternativas: En segunda fase propone la evaluación de los Planes o las alternativas propuestas este pase es coherente como antecedente a la actividad de Planeación final.

Selección de Planes o alternativas: En la tercera fase se consigna la selección de Planes o alternativas, como acción subsecuente a la evaluación, ya que se pudo determinar una mejor posibilidad entre varias opciones.

Instrumentación del Plan o alternativa: Se refiere propiamente a la operacionalización del Plan o alternativa seleccionada, iniciando si lo interpretamos la fase final del proceso.

Retroalimentación: Como la actividad de análisis para depurar o corregir las deficiencias observadas durante la ejecución del Plan.

El modelo de Tom Lambert de Plan Estratégico

El autor de este modelo plantea ocho pasos o etapas en las que debe realizarse el proceso de Planeación estratégica, y son: Paso uno: Establecer la Visión; Paso dos: Definir la situación actual; Paso tres: Acordar su Misión; Paso cuatro: Desarrollar sus Objetivos; Paso cinco: Generar Alternativas; Paso seis: Seleccionar Estrategias; Paso siete: Convenir Tácticas; y Paso ocho: elaborar el Plan Táctico. Contemplando el modelo sobre el papel, se desplaza del presente, que se representa como el aquí y ahora situado en la parte inferior izquierda, hasta el futuro ideal contenido en la visión del equipo de alta dirección que se simboliza en la parte superior derecha de la página.

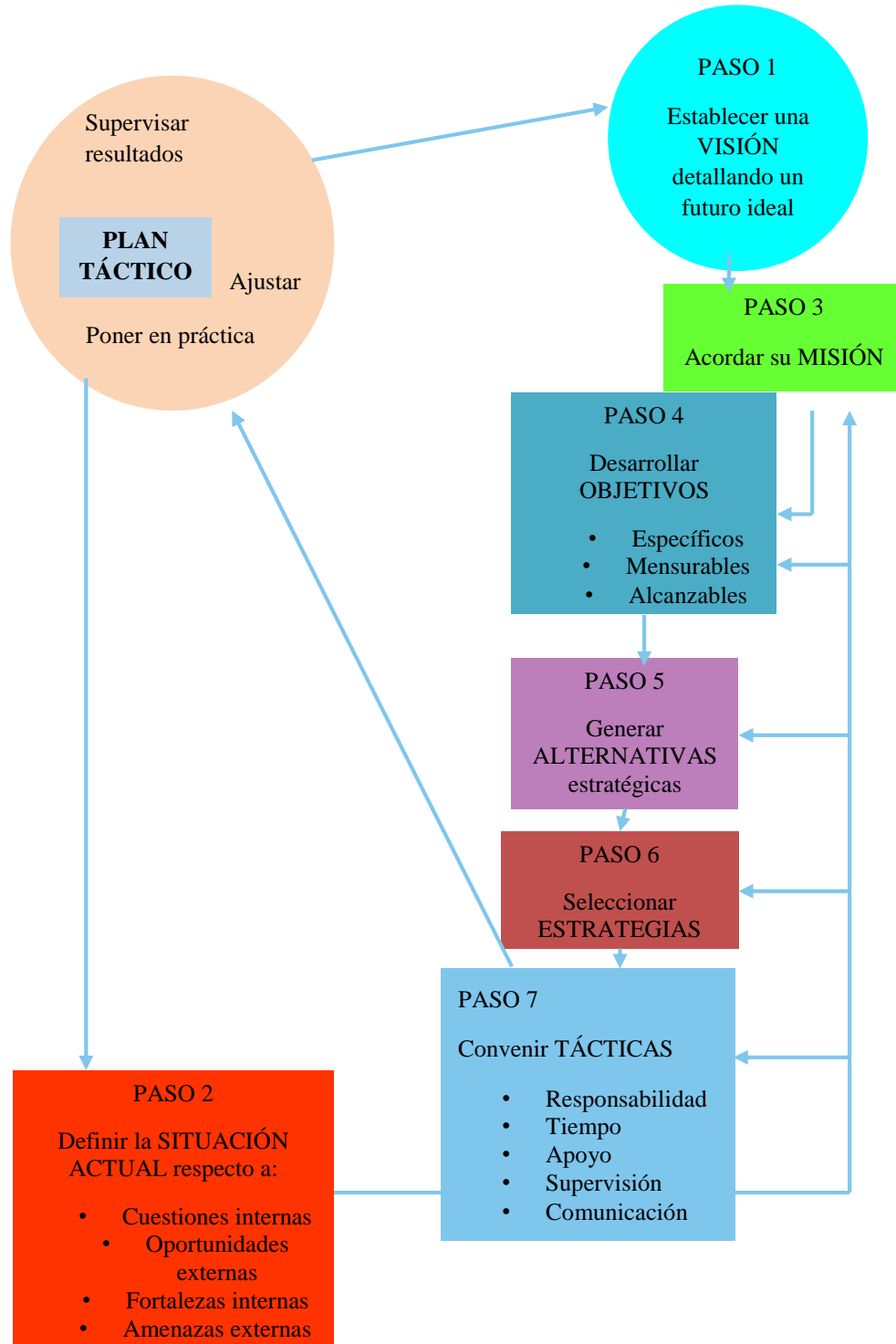
El autor explica su modelo de la siguiente manera: el concepto clave del modelo puede definirse diciendo que lleva al equipo desde donde está hoy en día hasta cualquier futuro ideal que se quiera diseñar. Hace que

el pensamiento Estratégico pase de lo vago a lo concreto, de la creatividad y la especulación a la precisión y la exactitud y lo hace paso a paso, sencilla y comedidamente.

El modelo incorpora otros modelos y técnicas y al modificarse facilita un claro enfoque en los principios esenciales que desempeñarán un papel clave en la materialización de los planes, cultura y logros que la organización persiga de cara al futuro. El proceso empieza con el desarrollo del futuro que se desea, una visión compartida del punto a donde se encamina la organización brinda una sólida base para enfocar el pensamiento en la forma de llegar allí y limita la consideración del estado actual a aquellos factores que son pertinentes para el resultado que se desea.

Con relación al modelo de Lambert, el paso cinco: la generación de alternativas, de acuerdo a nuestro punto de vista debería estar al final, después de haber integrado la idea original de un Plan Estratégico, por otra parte, situándonos en el Plano de la idea original del autor, la generación de alternativas en este punto es correcta, dado que es una acción que se debe realizar, antes de elaborar el documento definitivo del Plan Estratégico que se esté desarrollando. En todo caso, si se parte de la elaboración del primer borrador de un Plan Estratégico, es conveniente que, en la parte medular del desarrollo de estrategias, se contemplen varias alternativas. (Flores & Gómez, 2008)

Figura 2 Desarrollo del Modelo de Tom Lambert



(Lambert, 2000)

Visión: es una proyección de la empresa a futuro, son los resultados que esperan obtener con el esfuerzo y acciones, es la brújula que guiará a líderes y colaboradores.

Situación actual: aquí definimos las cuestiones internas sus oportunidades externas, las fortalezas internas y sus amenazas externas.

Misión: definiendo términos y creando dedicación, la misión básicamente es la definición integral de la empresa, debido a que responde a preguntas esenciales para la organización.

Desarrollar sus objetivos: que pueden ser mensurables específicos alcanzables realistas y oportunidades estos objetivos son los propósitos a largo.

Generar alternativas: probablemente existan varias opciones para cerrar una brecha del desempeño, puede entrar a nuevos mercados, los productos clave pueden ser rediseñados para la calidad o reducir el costo.

Seleccionar estrategias: que se pueden definir como el conjunto de líneas maestras para la toma de decisiones que tiene influencia en la eficacia a largo plazo de una organización.

Convenir tácticas: la estrategia se emplea en marcar los caminos o rutas que por donde deberán transcurrir las diferentes unidades y a la misma tener una comunicación más accesible entre los socios a los eventos.

Desarrollo del modelo de Tom Lambert

Mediante una evaluación de los dos Modelos, se procedió a escoger el modelo de Tom Lambert, ya que se compone de una especificación simple y a su vez es un proceso más viable para la Compañía, además, se lo pueden captar de una manera rápida con gran precisión para las estrategias al momento de utilizar los ocho pasos, a continuación, se nombra los pasos.

2.3 Marco Conceptual

Análisis interno

Para el análisis interno se propone aplicar la teoría de la organización basada en el análisis de los recursos y las capacidades, este enfoque constituye una de las corrientes contemporáneas de la gestión estratégica con mayor aceptación, tanto en el nivel académico como en el ámbito empresarial.(IICA, 2018)

Análisis externo

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. (Pérez, 2021)

Toma de decisiones

La toma de decisiones es fundamental en cualquier actividad humana, en este sentido todos tomamos decisiones, sin embargo, tomar una decisión acertada empieza con un proceso de razonamiento constante focalizado, que puede incluir varias disciplinas entre ellas, filosofía del conocimiento, la ciencia, lógica y creatividad. (Wharton, 2001)

Competitividad

La competitividad se define como la capacidad de una organización con o sin fines de lucro para competir, en el ámbito económico esta juega un rol fundamental en empresas y países, definiendo así la aptitud de cada uno para mantenerse en el mercado, las ventajas comparativas influyen de forma determinante. (Etecé, 2021)

Checklists

Checklist, cuya traducción literal en español es lista de verificación, es un método de control que relaciona diversas tareas, actividades, conductas, etc., que deben seguirse para alcanzar un resultado de forma sistemática, también conocido como lista de verificación, puede parecer sencillo, sin embargo, el éxito de sus resultados dependerá de su ejecución. (Struck, 2021)

Logística

Es todo el movimiento y almacenamiento que facilita el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar los niveles adecuados de servicio al consumidor a un costo razonable (Ballou, 2008)

Plan Estratégico:

Es un documento en el que los responsables de una organización, reflejan cuál será la estrategia a seguir por su Compañía en el medio plazo, por ello, un Plan Estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 1 y 5 años (por lo general, 3 años). (Castán, 2017)

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, es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica. (Ponce, 2006)

Análisis PESTEL

Se basa en la descripción del entorno de la empresa mediante la consideración de los elementos: Políticos, Económicos, Socio-cultural, 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. (Ruiz, 2020)

Matriz BCG

La matriz BCG (conocida también como matriz de crecimiento-participación) representa gráficamente las diferencias entre divisiones, en términos de su participación relativa en el mercado y de la tasa de crecimiento de la industria, así, permite que las organizaciones multidivisionales manejen su cartera de negocios. (David, 2013)

2.4 Marco Legal

Es necesario tener las leyes, normas y reglamentos que son necesarios la Compañía Transrubol S.A. para desarrollarse de los siguientes:

Código Orgánico de Organización Territorial, COOTAD

Art. 130.- Ejercicio de la competencia de tránsito y transporte. - El ejercicio de la competencia de tránsito y transporte, en el marco del Plan de ordenamiento territorial de cada circunscripción, se desarrollará de la siguiente forma:

A los gobiernos autónomos descentralizados municipales les corresponde de forma exclusiva Planificar, regular y controlar el tránsito, el transporte y la seguridad vial, dentro de su territorio cantonal.

La rectoría general del sistema nacional de tránsito, transporte terrestre y seguridad vial corresponderá al Ministerio del ramo, que se ejecuta a través del organismo técnico nacional de la materia

Art. 177.- Impuestos transferidos. - Los gobiernos autónomos descentralizados regionales serán beneficiarios de los recursos generados por los siguientes impuestos:

a) Nota: Literal derogado por artículo 2 numeral 1 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 802 de 21 de Julio del 2016.

b) El impuesto a la propiedad de los vehículos motorizados; y,

c) El impuesto a los consumos especiales sobre vehículos motorizados y aviones, avionetas y helicópteros, excepto aquellas destinadas al transporte comercial de pasajeros, carga y servicios; motos acuáticas, tricars, cuadrones, yates y barcos de recreo.

Estos impuestos serán administrados por el Servicio de Rentas Internas.

En los casos de reclamaciones de devolución por estos impuestos pagados, que impliquen la restitución de los fondos recaudados, el gobierno regional respectivo deberá obligatoriamente proceder a su restitución, previa resolución del Servicio de Rentas Internas o

sentencia judicial que así lo determine. (COOTAD, 2019)

Código de Trabajo

TITULO III

DE LAS MODALIDADES DEL TRABAJO

Capítulo VI

Trabajo en empresas de transporte

Art. 319.- Libreta del trabajador de transporte. - Todo trabajador de transporte deberá estar provisto de una libreta entregada por la empresa o propietario de vehículos, cuyo formato lo suministrará la Dirección Regional del Trabajo y de la que constará:

1. El nombre y la edad del trabajador;
2. Su nacionalidad y domicilio;
3. Las fechas de ingreso y cese;
4. El salario o sueldo;
5. El cargo que desempeña y la clase y número del vehículo; y,
6. El número y fecha del brevet o autorización del manejo.

Art. 322.- Prohibición de traslado. - Los trabajadores que presten sus servicios para transporte en circunscripciones territoriales determinadas, no estarán obligados a trasladarse a otras, sino conforme

a las reglas que establece este Código, o a las convenidas en el contrato de trabajo.

Art. 325.- Jornadas especiales de trabajo. - Atendida la naturaleza del trabajo de transporte, su duración podrá exceder de las ocho horas diarias, siempre que se establezcan turnos en la forma que acostumbraren hacerlos las empresas o propietarios de vehículos, de acuerdo con las necesidades del servicio, incluyéndose como jornadas de trabajo los sábados, domingos y días de descanso obligatorio.

La empresa o el propietario de vehículos hará la distribución de los turnos de modo que sumadas las horas de servicio de cada trabajador resulte las ocho horas diarias, como jornada ordinaria.(Código del Trabajo, 2012)

Ley De Compañía

SECCIÓN VI

De La Compañía Anónima

Art. 147.- Ninguna Compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital, el cual deberá ser pagado en una cuarta parte, por lo menos, una vez inscrita la Compañía en el Registro Mercantil.

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la Compañía, ésta se presentará en tres copias notariales, al Registrador Mercantil del cantón,

junto con la correspondiente designación de los administradores que tengan la representación legal de la Compañía, y los nombramientos respectivos para su inscripción y registro.

Art. 160.- La Compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La Compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la Compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías y Valores.

Art. 164.- La Compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda del capital aportado.

La emisión que viole esta norma será nula.(Congreso Nacional Comisión de Legislación y Codificación, 2017)

La empresa debe realizar las obligaciones tributarias:

- a) Declaración Mensual del IVA
- b) Anexo Accionistas, Participes, Socios, Miembros del directorio y Administradores.
- c) Anexo Relación de Dependencia
- d) Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades
- e) Declaración de Retenciones en la Fuente
- f) Servicio de Rentas Internas (SRI)

2.5 Marco Geo referencial

Imagen 1 Ubicación de la Compañía Transrubol S.A.



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@-1.5815631,-8.9995346,19z?hl=es>

Provincia: Bolívar

Cantón: Guaranda

Parroquia: Gabriel Ignacio ventanilla

Dirección: Panamericana Norte Km 5 ½ Guaranda, Bolívar

Carretera: Vía Ambato Guaranda

Referencia: Frente al Hospital IESS Guaranda

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Morales, 2018).

En el transcurso del tiempo los camiones, son utilizados para diferentes actividades y diligencias de carga pesada tales como; la carga de madera, ganado de carne, mudanzas de bienes estos son ejemplos de los trabajos que realiza la Compañía, además, los socios están repartidos en distintas provincias del país que recorren la mayoría de carreteras realizando sus entregas.

Investigación bibliográfica

La investigación bibliográfica se comprende como un proceso mediante el cual recopilamos conceptos con el propósito de obtener un conocimiento ordenado, tiene la característica de apoyar la información en libros, folletos, revistas, páginas de internet, para la obtención de datos de otras personas que ya han investigado sobre el tema o temas relacionados, además se complementará con artículos y publicaciones que muestren el tema de servicio de transporte de carga. (Danelly Salas, 2019)

En esta investigación orientada en la revisión de textos y fuentes, ya que, se utilizó referencias de tesis, sitios web y libros tales como; Instrumentos clave para la gestión, Planificación Estratégica, Prospectiva Estratégica: Orígenes, Conceptos Clave e Introducción a su Práctica.

3.2 Enfoque de la investigación

El presente proyecto se estableció en el enfoque cualitativo con las técnicas de la entrevista, se quiere implementar un desarrollo de un Plan Estratégico que permita mejorar ciertos aspectos en la Compañía Transrubol S.A.

3.3 Métodos de Investigación

Método inductivo

Por medio de este método se ha podido observar de manera directa cada una y todas las expectativas que manifiesta la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A. de la misma manera no se perdió de vista las oportunidades y amenazas que se presentan en la misma, teniendo presente los aspectos externos como competitividad que se muestran dentro del transporte.

Método deductivo

Este procedimiento deductivo ayudó a tener mayor discernimiento sobre la problemática que se manifestó en la Compañía y de esta forma tomar elecciones y decisiones idóneas con la implementación del Plan Estratégico, sin lugar a duda favoreció de una manera efectiva y positiva con la indagación apropiada y los instrumentos de estudios.

Método teórico

En esta investigación se tomará en cuenta el uso de la investigación científica, se plantea problemas y evalúa las soluciones propuestas, aprovechando el estudio bibliográfico en donde podemos observar la teoría y la definición relevante que se utilizara ante el trabajo además el conocimiento de la búsqueda, organización y análisis de la información que se adquiere de libros, artículos, textos e internet, con estas fuentes de apoyo se sustenta la indagación del servicio de transporte con definiciones necesarias e importantes para el trabajo.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

Para la técnica de recolección de datos se empleará la encuesta con el cuestionario, con preguntas cerradas para los dueños de la Compañía de Transporte Transrubol S.A. referentes al conocimiento del servicio que brindan a sus clientes y la mejor manera de cómo mejorar el transporte de carga pesada y beneficios.

3.5 Universo

Para la realización de nuestro trabajo se tomará como referencia a los socios de la Compañía Transrubol S.A. cuenta con 148 accionistas.

Tamaño de la muestra

Como el universo es pequeño se procedió a realizar la encuesta a los 148 socios que componen la Compañía y a su vez se realizó una entrevista a la contadora de la entidad.

Instrumentos de investigación

Entrevista directa

A través de la entrevista directa se manifiesta información viable de la persona encargada de la Compañía con respecto a los accionistas, objetivos, la problemática y los aspectos negativos que afecta dentro del entorno comercial.

La observación

Mediante la observación se analizan hechos y comportamientos dentro de la Compañía Transrubol S.A. donde se pudo evidenciar aspectos como el desempeño laboral y actividades, la cual perjudica en el mejoramiento de la entidad.

Encuesta

Se procede a realizar la encuesta, sabiendo que cuenta con 148 accionistas ya que se enfoca en recopilar información más detallada para proceder a realizar un análisis ante el problema de la investigación.

3.6 Procesamiento de la información

El procesamiento de la información lo realizaremos mediante la aplicación del paquete informático Excel para realizar el cuadro resumen y los análisis respectivos, los resultados lo obtendremos automáticamente en cuadros y gráficos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis, interpretación y discusión de resultados

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIALE INFORMÁTICA



Carrera de Administración de Empresas

Encuesta dirigida a los socios de la Compañía Transrubol S.A.

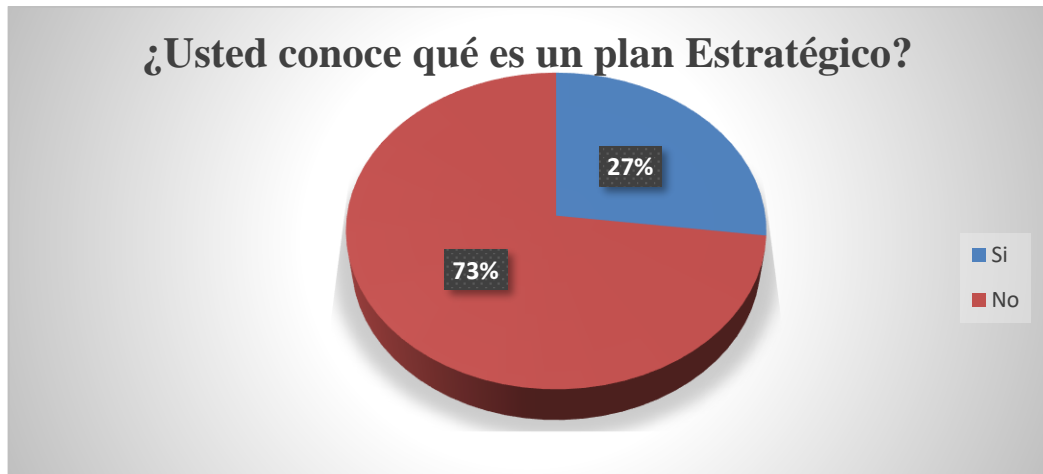
Objetivo: Recoger la suficiente información para el trabajo de integración curricular en la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A qué se dedica al transporte pesado.

1. ¿Usted conoce qué es un Plan Estratégico?

Tabla 1

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	27%
No	108	73%
Total	148	100%

Gráfico 1



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

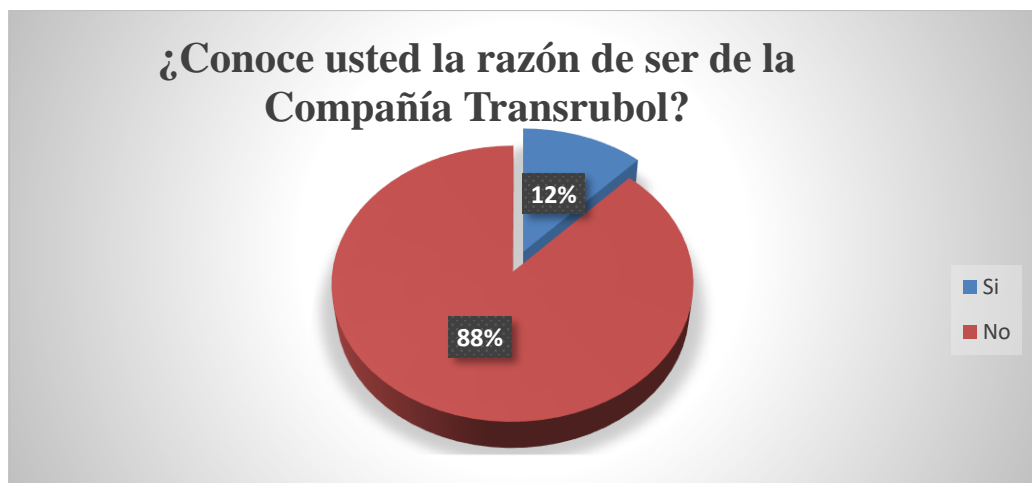
Los resultados obtenidos los socios se evidencia que no conocen acerca de un Plan Estratégico debido a una falta de comunicación por parte de la persona encargada dentro de la entidad. Un Plan Estratégico es fundamental conocer cada uno de los Socios con los cuales se prevén realizar un análisis interno dentro de la Compañía.

2. ¿Conoce usted la razón de ser de la Compañía Transrubol?

Tabla 2

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	12%
No	130	88%
Total	148	100%

Gráfico 2



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

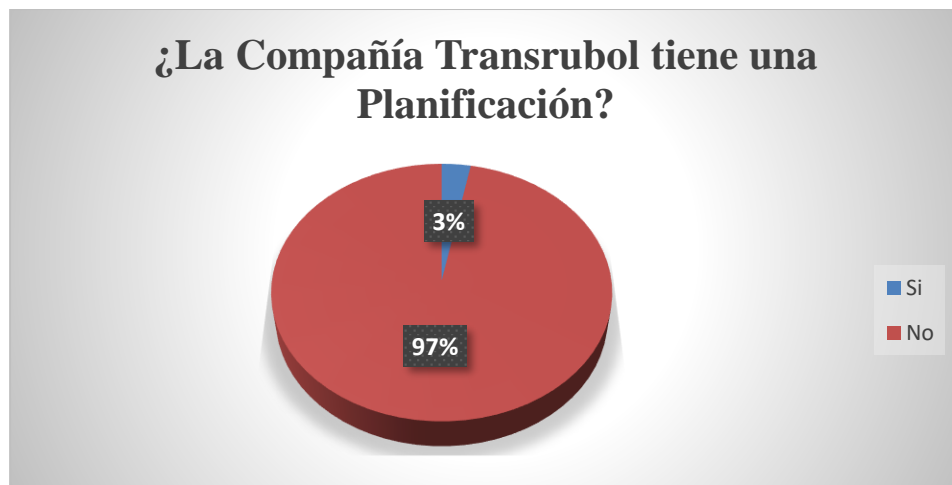
Con los datos obtenidos podemos observar que los socios de la Compañía Transporte Pesado Transrubol S.A, con un total de 130 no conocen la razón de ser de la Compañía, esto se debe tal vez a diferentes factores dentro de la Compañía, uno de los principales es no contar con una misión dentro de la Compañía.

3. ¿La Compañía Transrubol tiene una Planificación?

Tabla 3

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	3%
No	143	97%
Total	148	100%

Gráfico 3



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

Mediante la información obtenida se puede observar que la Compañía de Transporte Pesado Transrubol S.A no tienen una Planificación dentro de la Compañía, se menciona que la Planificación es esencial porque permite ser más organizados y lograr una mejor la planeación se logra trabajando en equipo con cada uno de los socios.

4. ¿La Compañía tiene definidos sus objetivos?

Tabla 4

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	7%
No	138	93%
Total	148	100%

Gráfico 4



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

La Compañía de Transporte de Carga Pesada Transrubol S.A no tienen definidos sus objetivos con un porcentaje mayor de respuestas, los objetivos son fundamentales en la Compañía estos objetivos pueden ser a corto o largo plazo, con un porcentaje del 93% nos menciona lo anterior.

5. ¿Tiene un sistema adecuado para planificar y brindar el servicio?

Tabla 5

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	1%
No	146	99%
Total	148	100%

Gráfico 5



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

Nos menciona que la Compañía de Transporte de Carga Pesada Transrubol S.A no tienen un sistema adecuado para planificar y brindar el servicio, con un porcentaje del 99% nos menciona lo anterior.

6. ¿Los precios que cobra están acordes al mercado?

Tabla 6

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	140	95%
No	8	5%
Total	148	100%

Gráfico 6



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

Se puede observar que dentro de la Compañía existen precios que los socios están de acuerdo con el precio en el mercado. Los precios que están expuestas hacia los clientes se realizan dependiendo el kilómetro hacia donde vaya a dejar la mercancía. Dependerá de ciertos factores cómo el km del camino y el estado de la vía dónde transportar la mercancía.

7. ¿Los ingresos que usted recibe son los adecuados por el trabajo que realiza?

Tabla 7

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	145	98%
No	3	2%
Total	148	100%

Gráfico 7



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

Se evidencia que los ingresos que reciben los socios de la Compañía Transrubol si son adecuados, estos ingresos dependen de cuantos fletes que se realicen en el transcurso del mes. El 2% de los socios de la Compañía indica que no son adecuados debido a que de esos ingresos deben de sacar para el manteniendo de los camiones por el cual llevan un ingreso bajo para su hogar.

8. ¿Cree usted que existe una buena comunicación dentro de la compañía?

Tabla 8

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	22%
No	115	78%
Total	148	100%

Gráfico 8



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

Mediante la información podemos evidenciar que la Compañía de Transporte Pesado Transrubol S.A no tiene una buena comunicación entre los socios y gerente dentro de la Compañía, lo cual afecta a la Compañía ya que sin una comunicación entre todos no se podrá ser más eficientes en sus trabajos.

9. ¿Por qué medio se comunican con sus compañeros y la compañía?

Tabla 9

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Teléfono móvil	23	16%
Radios de comunicación	20	14%
Internet	105	71%
Total	148	100%

Gráfico 9



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

Nos menciona que los socios de la Compañía Transrubol S.A se comunican más por internet, ya que hoy se utilizan más las redes sociales como es WhatsApp, Facebook, y los demás medios de comunicación son poco utilizados, como se evidencia en la tabla con cada uno de los porcentajes.

10. ¿Las unidades que cuenta la Compañía están acorde con la cantidad de los clientes?

Tabla 10

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	148	100%
No	0	0%
Total	148	100%

Gráfico 10



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

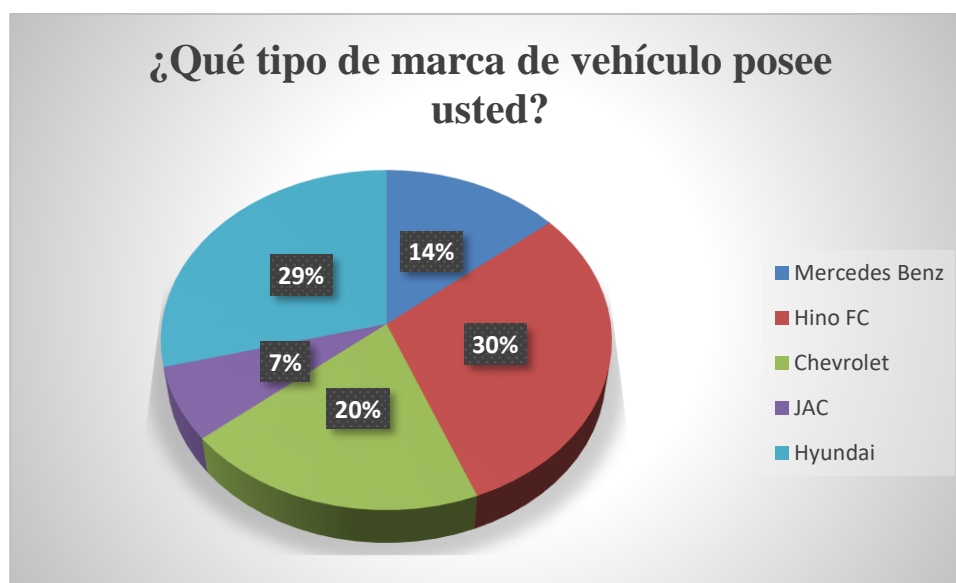
Con esta información se evidencia que las unidades que cuenta la Compañía se encuentran en un estado eficiente acorde a las cantidades de mercancía que transportan. Los camiones se encuentran óptimas y eficaces para transportar todo tipo de mercancía que los usuarios ciudad de Guaranda de transportar. Ya que los camiones se encuentran en buen estado para prestar su servicio.

11. ¿Qué tipo de marca de vehículo posee usted?

Tabla 11

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mercedes Benz	20	14%
Hino FC	45	30%
Chevrolet	30	20%
JAC	10	7%
Hyundai	32	29%
Total	148	100%

Gráfico 11



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

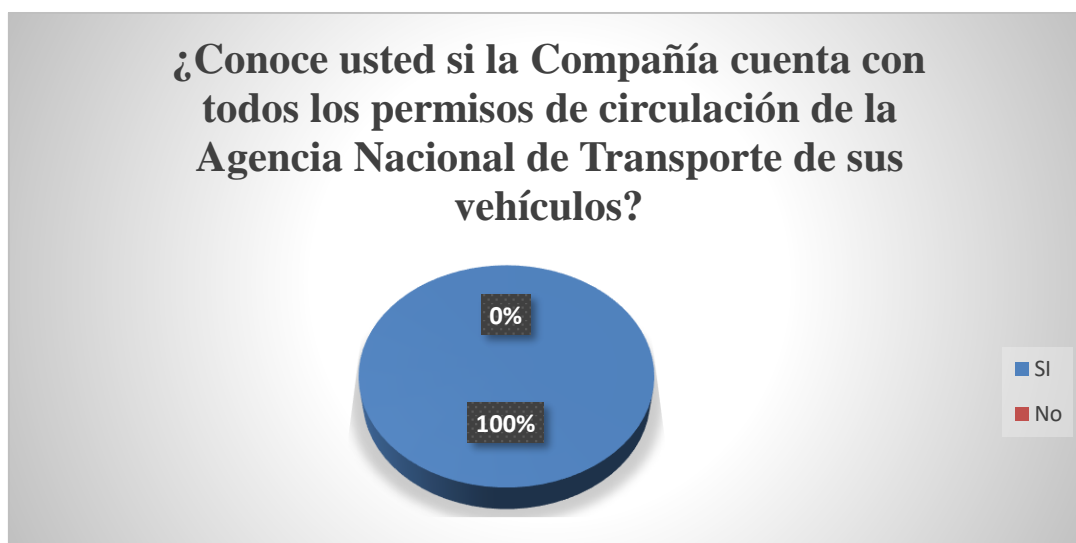
Mediante la información obtenida se puede evidenciar que la Compañía de Transrubol poseen 120 unidades de camiones, además se evidencia que más poseen de la marca Hino FC. Cada uno tiene diferentes modelos de camiones, el 20% no tienen ningún tipo de camiones, pero forman parte de los socios de la Compañía.

12. ¿Conoce usted si la Compañía cuenta con todos los permisos de circulación de la Agencia Nacional de Transporte de sus vehículos?

Tabla12

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	148	100%
No	0	0%
Total	148	100%

Gráfico 12



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

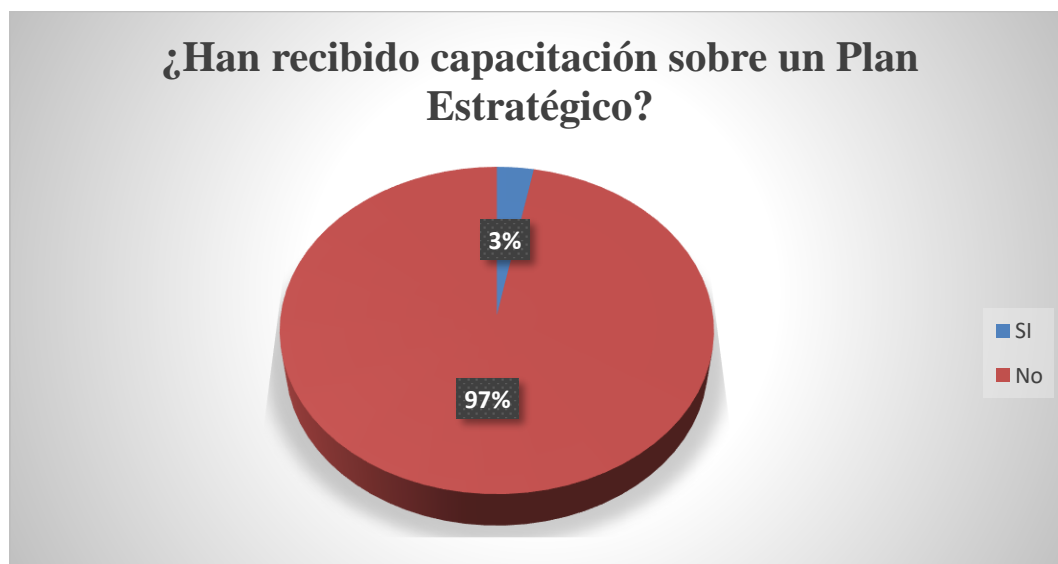
Con los resultados obtenidos nos menciona que los accionistas conocen las responsabilidades dentro de la Compañía, es fundamental dentro de la entidad. Responsabilidad conlleva a un trabajo eficiente de calidad y prestar un buen servicio de calidad.

13. ¿Han recibido capacitación sobre un Plan Estratégico?

Tabla 13

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	3%
No	143	97%
Total	148	100%

Gráfico 13



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

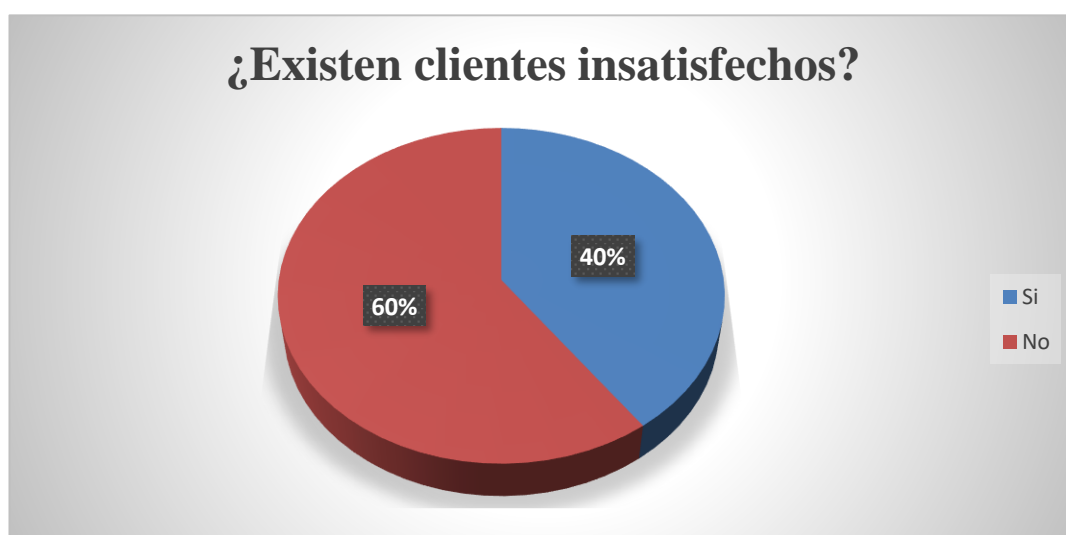
Con los resultados obtenidos se evidencia que dentro de la Compañía nunca se recibía capacitaciones acerca de un Plan Estratégico por ellos tenían un desconocimiento de dicho tema ya que los conductores desconocían. Es fundamental que existan las capacitaciones dentro de la entidad para que de esta manera no exista un desconocimiento del tema.

14. ¿Existen clientes insatisfechos?

Tabla 14

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	40%
No	89	60%
Total	148	100%

Gráfico 14



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

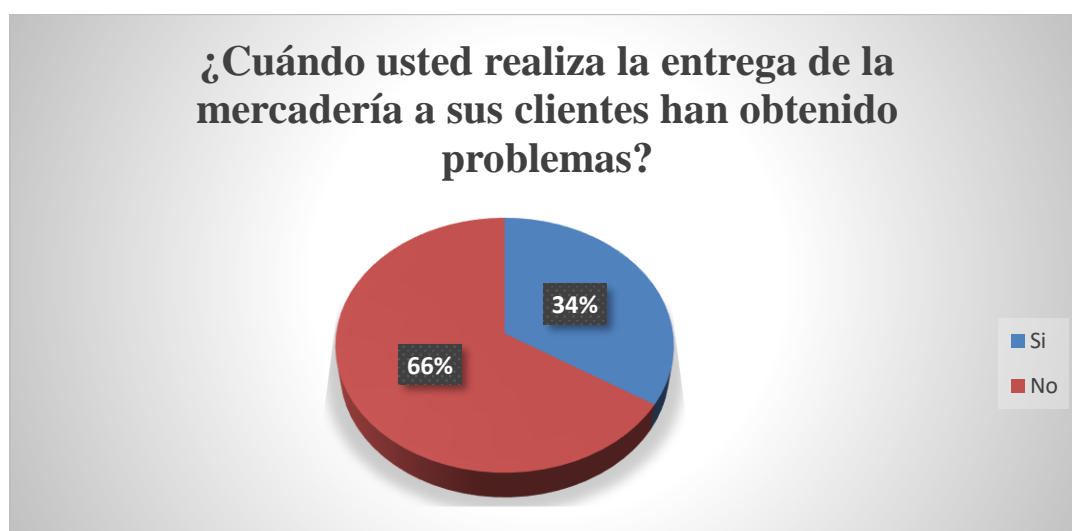
Con la encuesta realizada a los socios de la Compañía se puede evidenciar que la Compañía cuenta con clientes satisfechos con un 60 %. por otro lado, el 40% de los clientes están insatisfechos por el servicio que presta la Compañía.

15. ¿Cuándo usted realiza la entrega de la mercadería a sus clientes han obtenido problemas?

Tabla 15

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	34%
No	98	66%
Total	148	100%

Gráfico 15



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación:

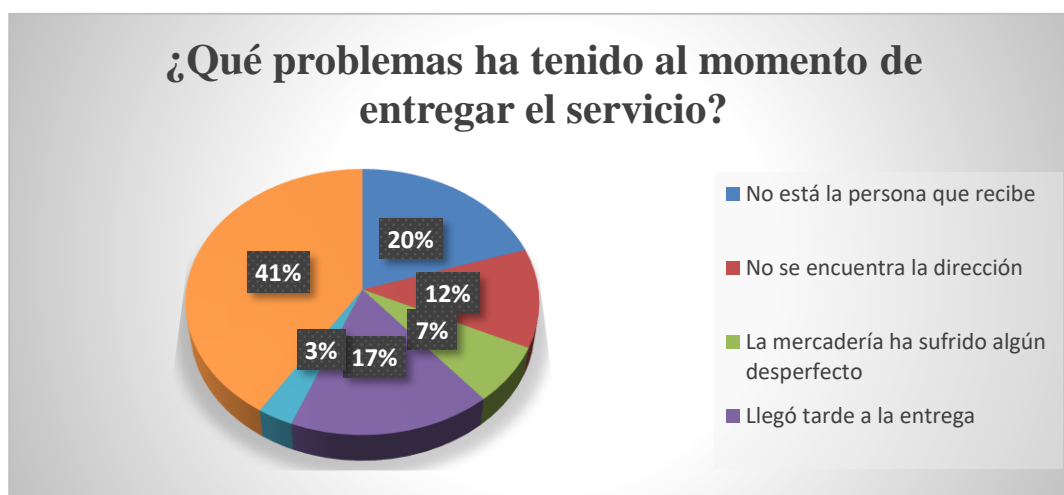
Dado los resultados de las encuestas realizadas a los Socios de la Compañía. Menciona que existen ciertos factores e inconvenientes que afectan a la hora de entregar la mercancía hacia los clientes se mencionan realizar dichas estrategias que ayuden a evitar estos tipos de inconvenientes

16. ¿Qué problemas ha tenido al momento de entregar el servicio?

Tabla 16

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
No está la persona que recibe	30	20%
No se encuentra la dirección	18	12%
La mercadería ha sufrido algún desperfecto	10	7%
Llegó tarde a la entrega	25	17%
Se perdió la mercadería	5	3%
Se dañó el vehículo	60	41%
Total	148	100%

Gráfico 16



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

Nos menciona que existe muchos tipos de problemas que se pueden presentar al momento de entregar el servicio, casi siempre uno de los inconvenientes se produce cuando los camiones se dañan en el transcurso del viaje ya que son problemas que se presentan un 41% de los socios, cuando no está la persona que recibe es otro factor se presentan con un 20%, y otros factores que afectan con un porcentaje menor.

17. ¿Usted cree que la Compañía Transrubol S.A. debe implementar nuevas estrategias para mejorar su servicio?

Tabla 17

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	145	98%
No	3	2%
Total	148	100%

Gráfico 17



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

Con la información obtenida de las encuestas se puede evidenciar que las estrategias dentro de un Plan Estratégico son fundamentales ya que con ello se podrá mejorar el servicio que brinda la Compañía existen ciertos tipos de estrategias que se deben de implementar en la Compañía para de esta manera tener una ventaja competitiva ante la competencia. En la ciudad de Guaranda existen otros tipos de Compañías que prestan los mismos servicios para los cuales con estrategias se logrará un mejor servicio.

18. ¿Cuándo existe un problema con alguna entrega, cuáles son las estrategias a implementarse?

Tabla 18

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Tener un plan para poder realizar una entrega efectiva para que el cliente se encuentre satisfecho.	35	24%
Ser eficaz y cumplir con los tiempos establecidos para un servicio eficaz y de calidad	28	19%
Ser puntual y brindar un servicio de calidad.	70	47%
Brindar un servicio de acuerdo a la exigencia del cliente.	15	10%
Total	148	100%

Gráfico 18



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

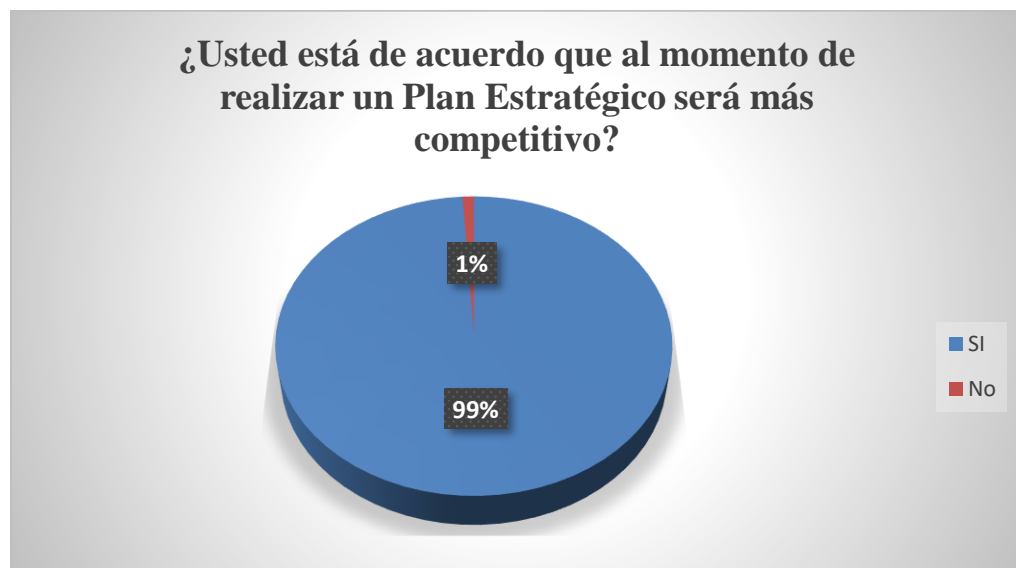
Con la encuesta realizada a los socios de la Compañía se evidencia que uno de las estrategias que implementan son el uso de un horario para llegar a tiempo, los socios deben de ser organizados y salir diez minutos antes para de esta manera evitar problemas con los clientes. Las estrategias son fundamentales porque permitirán ser más rápidos.

19. ¿Usted está de acuerdo que al momento de implementar un Plan Estratégico será más competitivo?

Tabla 19

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	146	99%
No	2	1%
Total	148	100%

Gráfico 19



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

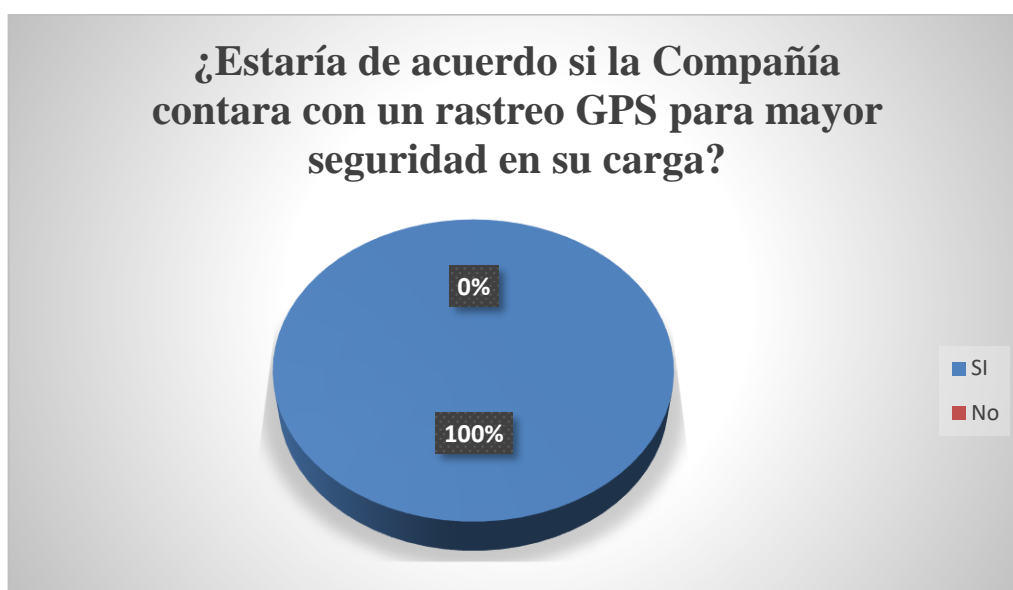
Dado los resultados obtenidos acerca de un Plan Estratégico nos indica que dicho plan ayudará a posicionar en el mercado a la Compañía ya que existen ciertos factores que se deben analizar dentro de la entidad.

20. ¿Estaría de acuerdo si la Compañía contará con un rastreo GPS para mayor seguridad en su carga?

Tabla 20

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
SI	148	100%
No	0	0%
Total	148	100%

Gráfico 20



Fuente: encuesta aplicada a los socios
Elaborado por: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Interpretación

Con esta información se evidencia que un rastreo satelital es fundamental dentro de los camiones. Ya que permitirá conocer la ubicación del vehículo en dónde se encuentra para de esta manera se puede evitar robos y otros tipos de afectaciones negativas que puedan suceder durante el transcurso del viaje.

Conclusión

En conclusión, mediante la información obtenida por la encuesta se puede evidenciar que dentro de la Compañía de Transporte de Carga Pesada Transrubol S.A no conocen su Misión, Visión, objetivos, uno de los principales es no contar con una misión dentro de la Compañía debido a que no cuentan con una planificación que ayude a la Compañía, también no tienen definidos sus objetivos, asimismo no poseen un sistema adecuado para planificar y brindar el servicio.

Además, los socios de la Transrubol S.A están de acuerdo con el precio en el mercado, y también si son adecuados los ingresos, dentro de la Compañía no tiene una buena comunicación entre los socios y gerente, lo cual afecta a la Compañía ya que sin una comunicación entre todos no se podrá ser más eficientes en sus trabajos, el internet es el medio por el cual se comunican ya que hoy se utilizan más las redes sociales como es WhatsApp, Facebook.

Los camiones que posee la Compañía Transrubol S.A se encuentran en óptimas y eficaces condiciones para transportar todo tipo de mercancía que los clientes, conjuntamente poseen 120 unidades de camiones igualmente cuentan más camiones con la marca Hino FC y entre otras marcas, cuentan con todos los permisos de circulación de la Agencia Nacional de Transporte.

La Compañía de Transporte Pesado Transrubol S.A nunca ha recibido capacitaciones acerca de un Plan Estratégico, asimismo menciona que existen ciertos inconvenientes que afectan a la hora de entregar la mercancía hacia los clientes como

son los daños de los vehículos, no se encuentran a la persona que recibe, no se encuentra la dirección, la mercadería ha sufrido algún desperfecto, llegó tarde a la entrega o por alguna razón se perdió la mercadería.

Para finalizar las estrategias que implementan la Compañía Transrubol S.A al momento de presentar un problema al realizar la entrega de mercancía es tener un plan para poder realizar una entrega efectiva para que el cliente se encuentre satisfecho, asimismo ser eficaz cumpliendo con los tiempos establecidos para un servicio eficaz y de calidad, además ser puntual y brindar un servicio de calidad.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN

EMPRESARIALE INFORMÁTICA



Carrera de Administración de Empresas

Entrevista dirigida: Ing. Ana Arévalo

Cargo: Contadora y auditora de la Compañía Transrubol S.A.

Objetivo: Conocer la situación actual de la Compañía Transrubol S.A en la ciudad de Guaranda.

1. ¿Qué tiempo tiene trabajando en la Compañía?

Tengo aproximadamente trabajando 2 años dentro de la Compañía en el área de contabilidad, además la Compañía de Transrubol S.A desde hace mucho tiempo presta su servicio a la comunidad de Guaranda, cabe destacar que durante el tiempo que trabajó la Compañía siempre se encuentra en óptimas condiciones y siempre velamos por el bienestar de nuestros clientes.

2. ¿Hace cuántos años está constituida la Compañía?

La Compañía Transrubol S.A se encuentra desde el año 2005, prestando sus servicios, tuvo su actualización en el año 2021. Además, cabe mencionar que se encuentra a cargo del jefe representante el señor Flores.

3. ¿Cómo surgió la Compañía Transrubol S.A.?

Surgió con la necesidad de prestar un servicio de transporte para que la ciudadanía que requieran de este servicio pueda transportar su mercadería hacia otras

partes de su destino, además una de las necesidades fue que no existía antes muchos camiones para llevar la mercadería lo cual fue factible implantar esta Compañía para la gente de Guaranda.

4. ¿Cuáles son las actividades que realiza dentro de la Compañía?

- a) Coordinación de envío de mercadería en las horas establecidas.
- b) Puntualidad de los accionistas
- c) Tiene un adecuado manual de contabilidad

5. ¿La Compañía Transrubol S.A. ha logrado cumplir con sus metas?

En los últimos años la Compañía si cumplió sus metas, pero nos convendría nuevas estrategias para mejorar nuestro servicio dentro de la Compañía Transrubol S.A.

6. ¿Cómo se encuentra la Compañía en los últimos años?

Durante los años anteriores cabe mencionar que no se cumplió las metas establecidas, debido a la pandemia que generó mucha perdida dentro de la Compañía Transrubol S.A. hoy en día la Compañía se encuentra cada día mejorando en sus servicios.

7. ¿Dentro de la ciudad de Guaranda, cuáles son sus competidores?

En la ciudad de Guaranda nuestros competidores son cooperativa de transporte de carga en camiones Jesús Del Gran Poder, Compañía de Transporte en Carga Pesada Centinela Bolivarence Transcentib S.A. (Ecuador), Compañía De Transporte De Carga Pesada Transorocar S.A.

8. ¿Conoce acerca de un Plan Estratégico?

Si como encargada del área de contabilidad tengo conocimiento de un Plan Estratégico, es fundamental para de esta manera conocer cómo se encuentra la Compañía.

9. ¿Cree que es factible para la Compañía Transrubol S.A. conozca sus fortalezas y oportunidades?

Si es factible que se realice un Plan Estratégico dentro de la Compañía Transrubol S.A. de esta manera se podrán buscar estrategias para mejorar el servicio.

10. ¿Qué medios de comunicación utiliza para comunicarse con los socios?

Los medios más utilizados es el internet, mediante el cual conocemos dónde se encuentran los camiones cuando llevan mercadería hacia distintas partes de la ciudad.

11. ¿Las estrategias que utilizan dentro en la Compañía han sido realizadas por los socios.

Sin han sido realizadas cada estrategia para llevar la mercadería hacia diferentes partes de ciudad.

12. ¿Cree usted que los camiones se encuentran en óptimas condiciones?

Si se encuentran en óptimas condiciones, ya que poseemos camiones de distintas marcas y para transportar hasta ocho toneladas.

13. ¿Cuál son las razones por las cual la Compañía Transrubol no cuenta con una planificación?

Falta de planificación y un presupuesto para realizar

14. ¿La Compañía ha recibido quejas por los problemas que presentan al entregar la mercadería?

En algunas veces sí, debido a que no se ha entregado la mercadería a tiempo.

15. ¿Cuáles son las razones por las cuales los socios no han tenido capacitación acerca de un Plan Estratégico?

Los socios de la Compañía se encuentran trabajando.

16. ¿Está de acuerdo que la Compañía Transrubol debe de implementar un Plan Estratégico?

Si estoy de acuerdo, y con la implementación de este Plan lograremos tener más estrategias para la Compañía.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIALE INFORMÁTICA**



Carrera de Administración de Empresas

Entrevista dirigida: Sr. Efraín Chasi.

Cargo: Presidente de los socios de la Compañía Transrubol S.A

Fecha de encuesta: 20/09/22

Objetivo: Conocer la Situación actual de la Compañía de Transporte de Carga Pesada Transrubol S.A

1. ¿Cuánto tiempo es socio de la Compañía Transrubol S.A.?

Soy socio de la Compañía desde hace diez años y durante estos tiempos se han tenido pocos servicios debido a que cada día la situación del país es más crítica, hay nuevos camiones más modernos.

2. ¿Cuáles son los recorridos que usted realiza?

Realizó fletes hacia Echeandía, Ventanas, Guayaquil, Chillanes, San Pablo, Ambato, Caluma.

3. ¿Cuáles son los problemas que presenta durante la entrega del servicio?

Existen ciertos días que presentamos dificultades algún neumático se daña, en las temporadas de inviernos hay deslizamiento de tierra por la vía Echeandía a Ventanas y rara vez accidentes de tránsito.

Además, a veces no se encuentra a la persona que recibe la mercancía, en ciertos momentos no se encuentra la dirección, la mercadería ha sufrido algún desperfecto, llegó tarde a la entrega o por alguna razón se perdió la mercadería.

4. ¿Cuáles son los factores que más le afectó en estos últimos meses?

El aumento del combustible afectó a cada uno de nosotros, ya que ahora debemos de cobrar un poco más para llevar dinero a nuestros hogares.

5. ¿Cuáles son las tarifas que usted cobra hacia otras ciudades?

Normalmente se cobra dependiendo hacia donde se vaya a realizar el flete, si es de Guaranda hacia Ambato 150, hacia Guayaquil cobramos 250, las tarifas las ponemos nosotros como dueño de camión.

6. ¿Los camiones cuentan con radios de comunicación para comunicarse con la oficina?

No cuentan con radios de comunicación en la Compañía los medios que utilizamos para comunicarnos es mediante el internet, donde tenemos un grupo en WhatsApp.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Análisis de la propuesta

Visión

La visión es elaborada mediante los resultados observados en la Compañía Transrubol S.A., por tanto, se obtiene que el brindar un servicio promueve un alto estándar de calidad, el cual se efectuó en la ciudad de Guaranda.

Situación actual

En esta parte se recolectó la información de toda la investigación de un análisis interno y externo, además, se realizó las siguientes matrices; FODA, DOFA, Cinco Fuerzas de Porter y BCG que permite tener mayor precisión al momento de efectuar las estrategias para la Compañía.

Misión

La misión se determinó mediante la situación en la que se encontraba la Compañía ya que ofrece un medio de transporte a sus clientes, al momento de realizar entregas, también, se utiliza vehículos adecuados la cual se administran por diferentes rutas para llegar a su destino.

Desarrollar sus objetivos

Los objetivos se realizaron dependiendo de la información verificada hacia un propósito a largo plazo con el Plan Estratégico que ayudó a la toma de decisiones.

Generar alternativas

Mediante las matrices se realizó algunas estrategias que buscan ayudar a la Compañía en su toma de decisiones para mejorar el servicio, para ello se enfocó en las matrices.

Seleccionar estrategias

Se procedió a identificar las ideas en escala alto, medio y bajo y a cada uno de su escala se dio un porcentaje en donde se puede observar el impacto que obtenga la Compañía al momento de ejecutar.

Convenir tácticas

Se realizó un diseño Gantt en donde se establece el responsable, las estrategias y el tiempo que se va a demorar en la revisión de las mismas.

Realización de la propuesta

Visión

“Ser una Compañía de Transporte de carga Pesada de prestigio, como brindando un servicio de calidad promoviendo la responsabilidad, confiabilidad y compromiso ante toda circunstancia con un alto estándar donde marque su diferencia en la ciudad de Guaranda”.

Misión

“Ofrecer servicios de transporte de carga pesado a nivel nacional, a través del compromiso social y ético del personal calificado acompañado del mejor de vehículos apropiados, cumpliendo con los estándares de calidad y de seguridad en las operaciones orientadas a la satisfacción de nuestro cliente y al desarrollo socioeconómico del país.”

Realización del Diagnóstico Interno para la Compañía de Transporte de Carga Pesada Transrubol S.A.

Diagnostico Interno

Mediante la realización del análisis FODA para la Compañía Transrubol S.A, hemos logrado conocer cuáles son los Fortalezas factores internos que afectan a la Compañía. Dentro de las fortalezas son, choferes con experiencia, cuentan con personal capacitado en el área de contabilidad.

Matriz EFI

Cuadro 3

N°	Fortalezas	Evaluación		
		Factores Internos	% Ponderación	Evaluación 1/5
1	Tiene su camión propio	18,00%	4	0,72
2	Los choferes tienen experiencia	18,00%	3	0,54
3	Personal capacitado en el área de Contabilidad	33,00%	4	1,32
4	Cuentan con camiones acorde a los clientes.	20,00%	4	0,8
5	Tienen diferentes Rutas hacia Ambato, Guayaquil, Echeandía	11,00%	4	0,44
	TOTAL	100%		3,82

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Los factores internos que afectan a la Compañía dentro de las debilidades son:

no cuentan con camiones de último modelo, no cuentan con un Plan Estratégico.

Matriz EFI

Cuadro 4

N°	Debilidades	Evaluación		
		Factores Internos	% Ponderación	Evaluación 1/5
1	No cuentan con radios de comunicación.	15,00%	3	0,45
2	No cuentan con un Plan Estratégico	30,00%	2	0,6
3	Problemas al momento de realizar fletes	35,00%	3	0,6
4	Mala comunicación entre los socios	10,00%	2	0,2
5	Escasez de capacitación por parte del Gerente hacia los socios de la Compañía	10,00%	4	0,4
	TOTAL	100,00%		2,7

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Diagnóstico Externo

En la realización del FODA para la Compañía Transrubol S.A encontramos las siguientes amenazas: competencia de otras Compañías, nuevos competidores. Las amenazas son factores externos que afectan a la Compañía, mediante la ponderación de cada uno de los factores podemos identificar cuáles que la existencia de las competencias se encuentra con un porcentaje con mayor ponderación a diferencia de los demás factores. Mediante esta matriz de EFI podemos determinar cada una de las ponderaciones. Con el fin de lograr evaluar cada uno de los factores internos y externos, donde se evalúan las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Matriz EFE

Cuadro 5

N°	Amenazas	Evaluación		
		% Ponderación	Evaluación 1/5	Valor
1	Competencia de otras Compañías que ofrecen menos sus tarifas.	40,00%	3	1,2
2	Nuevos competidores que cuentan camiones más modernos.	20,00%	3	0,6
3	Deterioro de las vías (vía Echeandía, a ventanas)	20,00%	2	0,4
4	Riesgo de sufrir un asalto en las vías Limitaciones de límite de peso	10,00%	3	0,3
5	No tener el apoyo necesario para brindar un servicio de excelencia.	10,00%	3	0,3
	TOTAL	100,00%		2,8

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Matriz EFE

Cuadro 6

N°	Oportunidades	Evaluación		
		% Ponderación	Evaluación 1/5	Valor
1	Traslado de mercancía por venta de comercio electrónico.	20,00%	2	0,4
2	Posibilidad de obtener camiones para facilitar su servicio.	30,00%	5	1,5
3	Diseñar nuevas redes de rutas para optimizar el servicio.	10,00%	4	0,4
4	Varios camiones que prestan su servicio sin tener ninguna autorización conveniente para prestar su servicio, alianza con empresas privadas	20,00%	4	0,8
5	Necesidad del servicio de carga pesada, ley que reglamente el servicio de las Compañías	20,00%	4	0,8
	TOTAL	100,00%	19	3,9

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Matriz FODA

Cuadro 7

MATRIZ FODA	
Oportunidades	Amenazas
Traslado de mercancía por venta de comercio electrónico.	Competencia de otras Compañías que ofrecen menos sus tarifas.
Posibilidad de obtener camiones para facilitar su servicio.	Nuevos competidores que cuentan camiones más nuevos.
Diseñar nuevas redes de rutas para optimizar el servicio.	Deterioro de las vías (vía Echeandía, a ventanas)
Varios camiones prestan su servicio sin tener ninguna autorización conveniente para prestar su servicio. Alianza con empresas privadas	Riesgo de sufrir un asalto en las vías. limitaciones de límite de peso
Necesidad del servicio de carga pesada, ley que reglamente el servicio de las Compañías	No tener el apoyo necesario para poder brindar un servicio de excelencia.
Fortaleza	Debilidades
Tiene su camión propio	No cuentan con radios de comunicación.
Los choferes tienen experiencia	No cuentan con un Plan Estratégico
Personal capacitado en el área de Contabilidad	Problemas al momento de realizar fletes
Cuentan con camiones acorde a los clientes.	Mala comunicación entre los socios
Tienen diferentes Rutas hacia Ambato, Guayaquil, Echeandía	Escasez de capacitación por parte del Gerente hacia los socios de la Compañía

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Mediante las estrategias se pretende aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas, aprovechar las oportunidades y contrarrestar las debilidades. Mediante la implementación de las estrategias realizar promociones para la Compañía Transrubol S.A logrando de esta manera tener una buena participación en el mercado.

Cinco Fuerzas De Porter

Mediante la implementación de esta matriz lograremos identificar cuáles son las competencias de la Compañía Transrubol S.A, rivalidad competitiva, nuevos competidores, productos sustitutos, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los clientes.

Cuadro 9

RIVALIDAD COMPETITIVA											
Factores Organización	Precio	Color	Servicio al Cliente	Cilindraje	Calidad	Modelo	Seguridad	Garantía	Comodidad	Publicidad	Total
Peso	0,17	0,12	0,06	0,08	0,12	0,1	0,13	0,07	0,08	0,07	1
Cooperativa de Transporte de Carga en Camiones Jesús del Gran Poder	0,51	0,36	0,12	0,32	0,48	0,4	0,39	0,21	0,32	0,21	3,32
Compañía de Transporte en Carga Pesada Centinela Bolivarense Transcentib S.A. (Ecuador)	0,51	0,48	0,18	0,4	0,6	0,3	0,39	0,21	0,32	0,21	3,60
Compañía de Transporte de Carga Pesada Transorocar S.A.	0,68	0,24	0,18	0,24	0,36	0,4	0,39	0,21	0,24	0,14	3,08
Promedio	0,57	0,36	0,16	0,32	0,48	0,37	0,39	0,21	0,29	0,19	3,33
Compañía de Transporte Transrubol S.A.	0,34	0,6	0,3	0,32	0,48	0,5	0,52	0,28	0,4	0,14	3,88

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Análisis: De acuerdo a la rivalidad competitiva la Compañía Transrubol S.A. se encuentra en el primer lugar con un total de 3,88. En comparación con las competencias que ofrecen los mismos servicios, seguido está la Compañía Transcentib S.A. con un porcentaje del 3,68. nos permite identificar los factores de cada una con sus respectivas ponderaciones.

Cuadro 10

NUEVOS COMPETIDORES											
Factores Organización	Precio	Color	Servicio al Cliente	Cilindraje	Calidad del Producto	Modelo	Seguridad	Garantía	Comodidad	Publicidad	Total
Peso	0,17	0,12	0,06	0,08	0,12	0,1	0,13	0,07	0,08	0,07	1
Transporte de Carga Transalinerito	0,68	0,48	0,18	0,24	0,24	0,4	0,39	0,28	0,24	0,14	3,27
Compañía de Transporte Transscarvaja l S.A.	0,68	0,24	0,24	0,32	0,36	0,4	0,39	0,21	0,32	0,28	3,44
Promedio	0,45	0,24	0,14	0,19	0,2	0,27	0,26	0,16	0,19	0,14	2,24
Compañía de Transporte Transrubol S.A.	0,34	0,6	0,3	0,32	0,48	0,5	0,52	0,28	0,4	0,14	3,88

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Análisis: Se evidencia que la Compañía Transrubol S.A. a nivel de sus nuevos competidores se encuentra en primer lugar con un 3,88. Segundo la Transalinerito con un 3,44 mientras que la Transscarvajal se ubica en el tercer lugar con un 3,27.

Cuadro 11

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES											
Factores Organización	Atención al cliente	Frecuencia	Facilidad de pago	Valor	Ubicación	Número de cargas	Línea	Manual de uso	Fidelidad		Total
Peso	0,18	0,09	0,06	0,08	0,13	0,12	0,11	0,09	0,06	0,08	1
Clase alta (Comerciantes)	0,54	0,45	0,3	0,4	0,39	0,6	0,44	0,36	0,24	0,4	4,12
Clase media (Agricultores y otros)	0,72	0,27	0,24	0,24	0,65	0,36	0,33	0,27	0,18	0,32	3,58
Promedio	0,25	0,18	0,14	0,16	0,26	0,24	0,19	0,16	0,11	0,18	1,86

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa}

Análisis: De acuerdo a la siguiente tabla damos a conocer que los clientes de Compañía de Transporte Transrubol S.A. con mayor demanda y consumo son los primeros lugares los comerciantes que representan, ya que necesitan más el servicio logrando que las Compañías lleguen a obtener más servicio con mayor frecuencia, ya que de esta manera la mayoría ven la manera de atender a los consumidores y así fidelizar a sus clientes.

Cuadro 12

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES											
Factores Organización	Precio	Garantía	Comodidad	Capacidad de compra	Calidad	Atención	Seguridad	Promociones	Confiabilidad	Publicidad	Total
Peso	0,18	0,09	0,06	0,08	0,13	0,12	0,11	0,09	0,06	0,08	1
Comercial pasamas	0,36	0,45	0,24	0,24	0,65	0,48	0,44	0,36	0,18	0,32	3,72
Auto repuestos paredes	0,54	0,27	0,24	0,4	0,52	0,36	0,44	0,27	0,18	0,24	3,46
Llanticentros Vargas	0,54	0,36	0,24	0,32	0,52	0,48	0,44	0,36	0,12	0,24	3,62
Promedio	0,48	0,36	0,24	0,32	0,56	0,44	0,44	0,33	0,16	0,27	1,2

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Análisis: De acuerdo a esta tabla podemos dar a conocer que los proveedores Auto repuestos paredes, nos brindan mayor confiabilidad para poder adquirir esta marca entre ellas están las empresas importadoras como lo demostramos en la tabla, podemos observar que la Compañía Transrubol S.A. su mayor proveedor es Auto repuesto Paredes, que ofrece todo tipo de repuestos para los camiones de la Compañía.

Matriz BCG

Mediante la matriz BCG podemos determinar en qué cuadrante se encuentra la Compañía Transrubol S.A. en comparación a su competencia que se encuentran en la misma ciudad de Guaranda y prestan los mismos servicios. A continuación, realizaremos la tabla de la matriz y su gráfica.

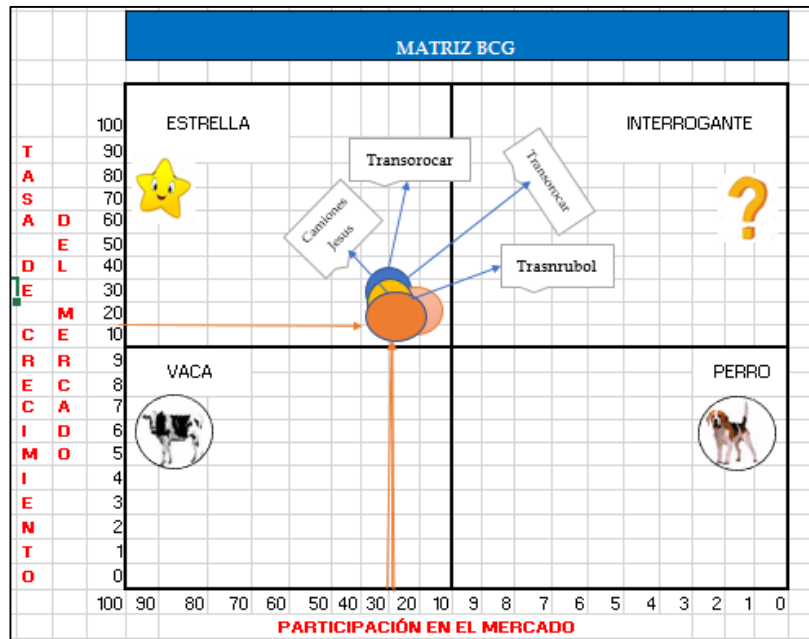
Cuadro 13

Cartera de Productos	2019	2020	2021	Matriz BCG
Cooperativa de Transporte de Carga En Camiones Jesús del Gran Poder	12.000	14.000	16.000	24
Compañía de Transporte en Carga Pesada Centinela Bolivarenses Transcentib S.A. (Ecuador)	13.000	15.000	17.000	26
Compañía de Transporte de Carga Pesada Transorocar S.A.	11.000	13.000	15.000	23
Compañía de Transporte de Carga Pesada Transrubol S.A.	14.000	16.000	18.000	27
TOTAL	50.000	58.000	66.000	100
TASA DE CRECIMIENTO%		16%	14%	15%

Fuente: Equipo de trabajo

Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Imagen 2 posicionamiento de la Compañía Transrubol S.A. en la matriz BCG



Fuente: Equipo de trabajo
Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Mediante la realización de la BCG podemos observar que las Compañías se encuentran en la cuadrante estrella, teniendo la Compañía Transrubol S.A una participación del 27% en comparación con la competencia. Donde podemos observar que la participación en el mercado de las demás Compañías es inferior, definiendo la tasa de crecimiento se puede evidenciar que el crecimiento que tuvo en el primer año fue del 16% y en el segundo año fue de 14%.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un Plan Estratégico para el mejoramiento del servicio de la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A. en la ciudad de Guaranda.

Objetivo específico

- Elaborar la misión y visión para la compañía.
- Formular las distintas matrices FODA, DOFA, Cinco Fuerzas de Porter, y BCG para la Compañía Transrubol S.A.
- Definir las estrategias del Plan Estratégico.

Valores

Respeto: Los trabajadores se entenderán en sus culturas, etnias y costumbres de cada persona y no discriminar su vestimenta.

Seguridad: Se da una actitud de confianza ante el proceso laboral, reflejando una actitud intachable del manejo de la Compañía.

Solidaridad: Se brindará apoyo entre los trabajadores cuando lo más necesiten, con el fin de poder tener un ambiente de trabajo buena entre todos.

Honradez: La Compañía actuará con una actitud clara para dar confianza en sus encargos siendo íntegros en su trabajo.

Responsabilidad: Los trabajadores deben cumplir con las órdenes de los clientes que adquieren los servicios de la Compañía.

Servicio: los usuarios atenderán a los clientes con el fin de reflejar la satisfacción de la entrega de su carga a tiempo y en buen estado.

Matriz combinada DAFO

Mediante la matriz combinada DAFO se efectúan las estrategias de reorientación, supervivencia, ofensivas y defensivas. En los cuales se realizará estrategias para las oportunidades, debilidades, oportunidades y amenazas.

Cuadro 8

FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Traslado de mercancía por venta de comercio electrónico.	Competencia de otras Compañías que ofrecen menos sus tarifas.
	Posibilidad de obtener camiones para facilitar su servicio.	Nuevos competidores que cuentan camiones más nuevos.
	Diseñar nuevas redes de rutas para optimizar el servicio.	Deterioro de las vías (vía Echeandía, a ventanas)
	Varios camiones prestan su servicio sin tener ninguna autorización conveniente para prestar su servicio. Alianza con empresas privadas	Riesgo de sufrir un asalto en las vías Limitaciones de límite de peso
Necesidad del servicio de carga pesada ley que reglamente el servicio de las Compañías	No tener el apoyo necesario para poder brindar un servicio de excelencia.	
FORTALEZAS	ESTRATÉGIAS OFENSIVAS	ESTRATÉGIAS DEFENSIVAS
Tiene su camión propio	Nuevos camiones para incrementar el nivel de la Compañía	Implementar nuevas tarifas acorde a las necesidades de los clientes.
Los choferes tienen experiencia	Implementación de nuevas Rutas hacia otras ciudades	Realizar capacitaciones a los Socios de la Compañía acerca de un Plan Estratégico.
Personal capacitado en el área de Contabilidad	Buscar nuevos proveedores para obtener neumáticos más eficientes entre otras que son utilizados para los camiones.	Diseñar un modelo de rutas en donde se reporten los vehículos en las paradas establecidas.

Cuentan con camiones acorde a los clientes.	Contratar a una persona que se encargue de las capacitaciones de los empleados en las plataformas Digitales	Implementar GPS a los camiones
Tienen diferentes Rutas hacia Ambato, Guayaquil, Echeandía		
DEBILIDADES	ESTRATEGÍAS DE REORIENTACIÓN	ESTRATEGÍAS DE SUPERVIVENCIA
No cuentan con radios de comunicación.	Implementar radios en los camiones con el fin de poder comunicar los diferentes clientes que lleguen a la oficina.	Diseñar un estilo más llamativo en la publicidad en las diferentes redes sociales
No cuentan con un Plan Estratégico	Crear un Plan Estratégico para mejorar el servicio de la Compañía.	Creación de estrategias respecto a la competencia.
Problemas al momento de realizar fletes	Crear un horario de fletes para entregar la mercadería a tiempo	Realizar investigaciones de mercado, analizando las posibles empresas proveedoras.
Mala comunicación entre los socios	Proporcionar a los choferes un acompañante en los viajes largos que sea de ayuda al momento de descansar.	Realizar recreaciones entre los socios para tener mejor comunicación en la Compañía.
Escasez de capacitación por parte del Gerente hacia los socios de la Compañía		

Fuente: Equipo de trabajo
Elaborado: Amaguaña Kleber y Chileno Alexa

Estrategias

- Realizar investigaciones de mercado, analizando las posibles empresas proveedoras.
- Contratar a una persona que se encargue de las capacitaciones de los empleados.
- Implementar un plan de estudio para brindar un mejor servicio.

- Actualizar la página web con más opciones posibles para tener mayor información.
- Determinar un GPS para monitorear a las unidades en sus viajes.
- Diseñar un modelo de rutas en donde se reporten los vehículos en las paradas establecidas.
- Realizar recreaciones de convivencia entre los socios para tener mejor comunicación en la Compañía.
- Proporcionar a los choferes un acompañante en los viajes largos que sea de ayuda al momento de descansar.
- Diseñar publicidad que llame la atención de los usuarios en las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter y LinkedIn).
- Poseer un organigrama funcional entre los socios.
- Mejorar el logotipo de la Compañía Transrubol S.A
- Tener camiones de un año estándar para ser socio y dar un servicio más completo.
- Implementar radios en los camiones con el fin de poder comunicar los diferentes clientes que lleguen a la oficina.
- Construir una mejor infraestructura para poder realizar las diferentes reuniones y eventos.

Cuadro 14

ESTRATEGIAS	NIVEL DE IMPACTO
Realizar investigaciones de mercado, analizando las posibles empresas proveedoras.	Alto
Contratar a una persona que se encargue de las capacitaciones de los empleados.	Alto
Implementar un Plan de estudio para brindar un mejor servicio.	Medio
Actualizar la página web con más opciones posibles para tener mayor información	Medio
Determinar un GPS para monitorear a las unidades en sus viajes.	Bajo
Diseñar un modelo de rutas en donde se reporten los vehículos en las paradas establecidas.	Bajo
Realizar recreaciones entre los socios para tener mejor comunicación en la Compañía.	Bajo
Proporcionar a los choferes un acompañante en los viajes largos que sea de ayuda al momento de descansar.	Alto
Diseñar un estilo más llamativo en la publicidad en las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter y LinkedIn).	Alto
Poseer un organigrama funcional entre los socios	Alto
Mejorar el logotipo de la Compañía Transubol S.A	Medio

Tener camiones de un año estándar para ser socio y dar una satisfacción más completa.	Bajo
Implementar radios en los camiones con el fin de poder comunicar los diferentes clientes que lleguen a la oficina.	Alto
Construir la infraestructura para poder realizar las diferentes reuniones y eventos	Medio

Análisis de las estrategias

Cuadro 15

Estrategias	Nivel de impacto	
Contratar a una persona que se encargue de las capacitaciones de los empleados.	Alto	42,86
Proporcionar a los choferes un acompañante en los viajes largos que sea de ayuda al momento de descansar.	Alto	
Poseer un organigrama funcional entre los socios	Alto	
Diseñar un estilo más llamativo en la publicidad en las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter y LinkedIn).	Alto	
Implementar radios en los camiones con el fin de poder comunicar los	Alto	

diferentes clientes que lleguen a la oficina.		
Realizar investigaciones de mercado, analizando las posibles empresas proveedoras.	Alto	
Implementar un Plan de estudio para brindar un mejor servicio.	Medio	
Actualizar la página web con más opciones posibles para tener mayor información	Medio	
Mejorar el logotipo de la Compañía Transrubol S.A	Medio	
Construir la infraestructura para poder realizar las diferentes reuniones y eventos	Medio	28,57
Diseñar un modelo de rutas en donde se reporten los vehículos en las paradas establecidas.	Bajo	
Realizar recreaciones entre los socios para tener mejor comunicación en la Compañía.	Bajo	
Determinar un GPS para monitorear a las unidades en sus viajes.	Bajo	
Tener camiones de un año estándar para ser socio y dar una satisfacción más completa.	Bajo	28,57
TOTAL		100

Análisis

Se determinó los distintos factores Estratégicos con un nivel de impacto que se reflejó en un porcentaje de cada ítem, las variables que poseen una ocurrencia alta con esto nos permitió saber la efectividad que se presente en la Compañía.

Selección de estrategias

- Contratar a una persona que se encargue de las capacitaciones de los empleados.
- Proporcionar a los choferes un acompañante en los viajes largos que sea de ayuda al momento de descansar.
- Poseer un organigrama funcional entre los socios
- Diseñar un estilo más llamativo en la publicidad en las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter y LinkedIn).
- Implementar radios en los camiones con el fin de poder comunicar los diferentes clientes que lleguen a la oficina.
- Realizar investigaciones de mercado, analizando las posibles empresas proveedoras.

Cuadro 16

Responsable	Actividades	Inicio	Final	TIEMPO DE DURACIÓN					
				Septiembre		Octubre			
				3 ro	4to	1ro	2do	3ro	4to
Contadora de la Compañía Transrubol S.A.	Contratar a una persona que se encargue de las capacitaciones de los empleados.	19/09/2022	24/09/2022						
	Proporcionar a los choferes un acompañante en los viajes largos que sea de ayuda al momento de descansar.	19/09/2022	31/10/2022						
	Poseer un organigrama funcional entre los socios	03/10/2022	14/10/2022						
	Diseñar un estilo más llamativo en la publicidad en las diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter y LinkedIn).	10/10/2022	14/10/2022						
	Implementar radios en los camiones con el fin de poder comunicar los diferentes clientes que lleguen a la oficina.	17/10/2022	22/10/2022						
	Realizar investigaciones de mercado, analizando las posibles empresas proveedoras.	17/10/2022	31/10/2022						

Cuadro 17

Presupuesto Compañía Transrubol S. A							
Suministro			Cantidad		Valor Anual		
Arriendo			300		3600		
Servicios Básicos			20		240		
Sueldos			1318,28		15.819,36		
Muebles			200		200		
Equipos de Oficina			300		300		
Internet			35		420		
Total					20.579,36		
CARGO	SUELDO	APORTE IESS	DÉCIMO tercer	DÉCIMO cuarto	FONDOS RESERVA	VACACIONES	TOTAL A PAGAR
Gerente	500	54,25	41,67	50,00	41,67	25,00	712,58
Contadora	425	46,11	35,42	42,50	35,42	21,25	605,70
Subtotal	925,00	100,36	77,08	92,50	77,08	46,25	1.318,28
Total Anual							15.819,35

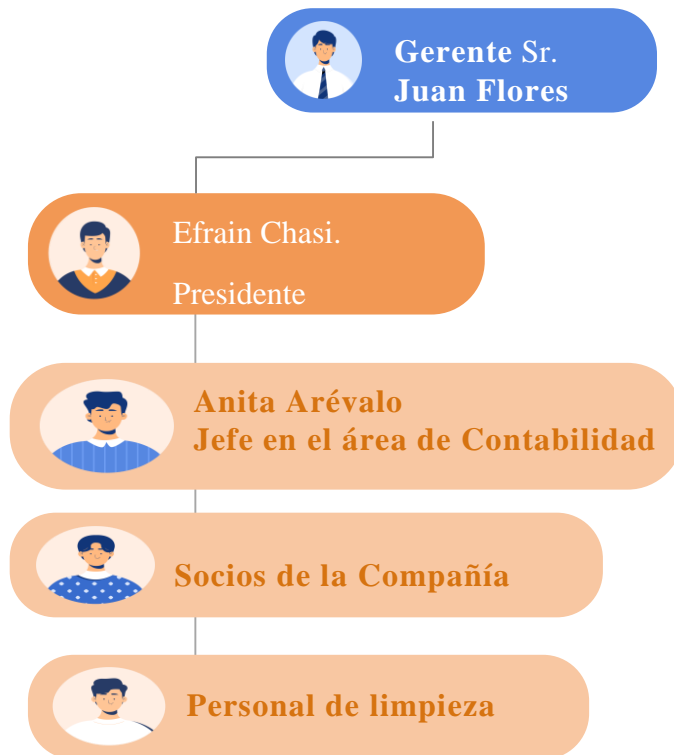
EGRESOS		INGRESOS		Saldo
RUBROS	COSTO	RUBROS	COSTOS	
Equipo de oficina	300,00	Capital inicial	15.000,00	
Sueldos	15.819,36	Aporte de los socios	7.400,00	
Arriendo	3.600,00			
Servicios básicos	240,00	Otros Ingresos	850,00	
Internet	420,00			
Muebles de oficinas	200,00			
Total	20.579,36		23.250,00	2.670,64

Los ingresos se sustentan de los aportes de los socios con un porcentaje de 50 dólares cada uno que deben contribuir ante la organización para su debida circulación en las rutas que se desempeñan, también cuentan con otros ingresos que surgen al momento de las multas o atrasos que se genera al momento de dar sus servicios.

Estructura de la organización





La organización cuenta con un local de arriendo que está ubicado en el segundo piso del edificio de la cooperativa San José que esta frente al hospital IEES, dentro del cual se encuentra una oficina en general donde se encuentra una persona encargada que es una contadora. Y además solo cuenta con un área que es la de financiera. El cuarto es de 4 metros de largo y 3 metros de ancho y sus equipos son: computadora, impresora, mesa, silla giratoria, archivadores de papeles.


Organigrama funcional Compañía Transrubol S.A.



Caracterización de los camiones y precio

Cuadro 18

Camiones/Marca	Capacidad de toneladas	Número de camiones	Rutas que realizan	Precio por cada Carga	Fotografía
Mercedes Benz	8 toneladas	20	Guayaquil Riobamba Ambato	250 250 250	
Hino FC	7.5 toneladas	45	Ambato Echeandía Ventanas Babahoyo Vinces	150 150 175 200 200	
Chevrolet	4,7 toneladas	30	Chillanes San Pablo San Miguel	125 100 80	
JAC	5 toneladas	10	Echeandía Ambato Ventanas	100 130 155 120	

			San Luis Ricaurte	130	
Hyundai	5,5 toneladas	43	Caluma Ambato Chillanes Ventanas	140 130 100 150	
TOTAL		148 unidades de camiones			

RUTAS Y FRECUENCIA			
DESTINO DE SALIDA	DESTINO DE LLEGADA	PRECIO	FRECUENCIA
CUENCA	BAÑOS	90	3
CUENCA	RICAUARTE	80	2
GUARANDA	FACUNDO VELA	50	3
GUARANDA	JULIO E. MORENO (CATANAHUAN GRANDE)	40	3
GUARANDA	SALINAS	45	4
GUARANDA	SAN LORENZO	40	3
GUARANDA	SAN SIMON (YACOTO)	50	4
GUARANDA	SANTAFE (SANTA FE)	40	5
GUARANDA	SIMIATUG	40	5
GUARANDA	SAN LUIS DE PAMBIL	50	4
CHILLANES	SAN JOSE DEL TAMBO (TAMBOPAMBA)	60	3
CHIMBO	ASUNCION (ASANCOTO)	40	3
CHIMBO	MAGDALENA (CHAPACOTO)	40	2
CHIMBO	SAN SEBASTIAN	45	3
CHIMBO	TELIBELA	45	3
SAN MIGUEL	BALSAPAMBA	50	2
SAN MIGUEL	BILOVAN	50	2
SAN MIGUEL	REGULO DE MORA	40	2
SAN MIGUEL	SAN PABLO (SAN PABLO DE ATENAS)	40	4
SAN MIGUEL	SANTIAGO	45	3
SAN MIGUEL	SAN VICENTE	40	2
LATACUNGA	ALAUQUES (ALAUQUEZ)	70	3
LATACUNGA	BELISARIO QUEVEDO (GUANAILIN)	75	2
LATACUNGA	GUAITACAMA (GUAYTACAMA)	70	2
LATACUNGA	TANICUCHI	70	2
PUJILI	GUANGAJE	65	3
SALCEDO	SAN MIGUEL	60	4
SALCEDO	ANTONIO JOSE HOLGUIN (SANTA LUCIA)	55	3

SALCEDO	CUSUBAMBA	55	3
RIOBAMBA	CACHA (CAB. EN MACHANGARA)	60	3
RIOBAMBA	CALPI	58	4
RIOBAMBA	CUBIJIES	55	3
RIOBAMBA	FLORES	60	3
RIOBAMBA	LICAN	50	3
RIOBAMBA	LICTO	50	4
RIOBAMBA	PUNGALA	55	2
RIOBAMBA	PUNIN	60	2
RIOBAMBA	QUIMIAG	65	3
RIOBAMBA	SAN JUAN	65	4
RIOBAMBA	SAN LUIS	60	3
GUAYAS	NARCISA DE JESUS	90	5
GUAYAS	GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCA Y)	100	6
GUAYAS	ISIDRO AYORA	95	5
BABAHOYO	CARACOL	50	4
BABAHOYO	FEBRES CORDERO (LAS JUNTAS) (CAB. EN MATA DE CACAO)	50	3
BABAHOYO	PIMOCHA	55	3
BABAHOYO	LA UNION	50	4
VENTANAS	ZAPOTAL	60	3
VINCES	ANTONIO SOTOMAYOR (CAB. EN PLAYAS DE VINCES)	60	3
BUENA FE	SAN JACINTO DE BUENA FE	65	2
BUENA FE	PATRICIA PILAR	60	3
MOCACHE	QUINSALOMA	70	3
AMBATO	AMBATILLO	40	4
AMBATO	ATAHUALPA (CHISALATA)	50	3
AMBATO	AUGUSTO N. MARTINEZ (MUNDUGLEO)	50	3
AMBATO	CONSTANTINO FERNANDEZ (CAB. EN CULLITAHUA)	50	3
AMBATO	HUACHI GRANDE	40	4
AMBATO	PILAGÜIN (PILAHÜIN)	55	4
AMBATO	SANTA ROSA	40	4

AMBATO	TOTORAS	55	3
AMBATO	UNAMUNCHO	40	2

Además, existen Rutas que realizan dentro de las provincias hacia sus parroquias, por el cual los socios de la Compañía Transrubol S.A cobra una tarifa adecuada dependiendo del lugar del destino. en donde las tarifas dependen del tiempo y el estado de la vía. El número de frecuencia que se muestra en la tabla son las veces que realizan las transportaciones de carga pesada.

CONCLUSIONES

- La Compañía Transrubol S.A. presenta un inadecuado crecimiento logístico para el servicio de transporte que ofrece, el presente trabajo está encaminado a mejorar el servicio de transporte de carga, mediante un diseño de un Plan Estratégico empleando normas de calidad que admiten brindar un servicio óptimo.
- Mediante la información recopilada de la entrevista y encuesta logramos generar estrategias utilizando la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) en donde se evidencio los aspectos favorables y desfavorables que se presentó al momento de realizar este proyecto.
- Se presenta la propuesta que consiguió establecer como parte esencial de un Plan Estratégico, esto permite responder y adaptarse a las necesidades del mercado y de sus competidores, desarrollando estrategias para brindar servicios de calidad igualmente la imagen de la Compañía Transrubol S.A.

RECOMENDACIONES

- Se propone que la Compañía Transrubol ejecute una socialización de la aplicación del Plan Estratégico en el que se detallen las normas, procedimiento y roles establecidas para cada socio, aplicarlo correctamente mejorará la calidad del servicio y contribuyendo al transporte seguro de la mercancía.
- Se debe realizar un estudio constante dentro del entorno debido a los diferentes cambios que generan distintas estrategias para conseguir una mejor gestión y a

su vez disminuir las debilidades y amenazas que se presenta o afectan en la organización.

- Se debe evaluar las necesidades y el desempeño de la Compañía para evidenciar las falencias con el fin de poder rectificar el servicio con las estrategias desarrolladas estableciendo los más favorables para utilizar.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfonso, Y. (5 de Junio de 2019). *Servicio: qué es, características, clasificación y tipos*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/servicio-que-es-caracteristicas-clasificacion-y-tipos/>
- Alvarado, D. (2020). *DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA INGENIERÍA C&C CONSTRUCTIONS CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS*. ESMERALDAS. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2152/1/HOLGUIN%20ALVARADO%20DANIELA%20ANDREINA.pdf>
- Alvarez, B. (2016). *Diseño y Administración de Los Procesos de Servicio*.
- Astigarraga, E. (2016). *Estrategia y visión de futuro*. En E. Astigarraga, *PROSPECTIVA ESTRATÉGICA: ORÍGENES, CONCEPTOS CLAVE E INTRODUCCIÓN A SU PRÁCTICA* (pág. 15). Vasco.
- Ballou, R. (2008). *Aproximación Teórica*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwikkobbq7D5AhVukIQIHAEoA28QFnoECA0QAw&url=https%3A%2F%2Frevistas.ucp.edu.co%2Findex.php%2Fgestionregion%2Farticle%2Fdownload%2F931%2F916%2F&usg=AOvVaw3ltQfThORNfoPFwx>
- Bravo, E. (NOVIEMBRE de 2017). *PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE CARGA PESADA TRANSCALSA S.A. CIUDAD DE PORTOVIEJO PERÍODO 2017-2021*. PORTOVIEJO. Obtenido de *PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE CARGA PESADA TRANSCALSA S.A. CIUDAD DE PORTOVIEJO PERÍODO 2017-2021*: <https://repositorio.espm.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/42000/717/TAE103.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. (s. f.).
- Castán, F. (2017). *Glosario de Planeación Estratégica*. Obtenido de *Planeación Estratégica*: <http://cunoriplaneacion.blogspot.com/2013/05/glosario-de-planeacion-estrategica.html>
- Castillo, L. (2019). *El modelo Deming (PHVA) como estrategia competitiva para realzar el potencial administrativo*. BOGOTÁ D.C., COLOMBIA .

CISNEROS, L., & RUMIGUANO, E. (2017). PROYECTO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN FINANZAS. *PROYECTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO "SANTILLAN MINGA" S.A. PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, PERÍODO 2.017 – 2.021*. UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS. Obtenido de PROYECTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO "SANTILLAN MINGA" S.A. PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, PERÍODO 2.017 – 2.021: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11219/1/T-UCE-0005-142-2017.pdf>

Cisneros, L., & Rumiguano, E. (2017). *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de PROYECTO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO "SANTILLAN MINGA" S.A. PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, PERÍODO 2.017 – 2.021: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11219/1/T-UCE-0005-142-2017.pdf>

Codigo del Trabajo. (2012). Codigo Del Trabajo. *Codigo Del Trabajo, 138*, 159. www.lexis.com.ec

Congreso Nacional Comisión De Legislación Y Codificación. (2017). Ley de Compañías. *Registro Oficial 312, Libro I*, 1–109. https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

COOTAD. (2019). Código Orgánico de Organización Territorial Descentralizado, COOTAD. *Registro Oficial Suplemento 303 de 19-Oct.-2010*, 1–180. <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/COOTAD.pdf>

Contreras, E. (2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Colombia. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n35/n35a07.pdf>

Danelly Salas, D. (2019). *Investigación bibliográfica*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-bibliografica/>

- David, F. (2013). Matriz del Boston Consulting Group (BCG) . En F. David, *Conceptos de administración estratégica* (pág. 182). México: Decimocuarta edición.
- Etecé, E. e. (5 de Agosto de 2021). *Competitividad*. Obtenido de <https://concepto.de/competitividad/>
- Flores, M. C., & Gómez, D. O. (2008). Algunos modelos de planeación. En M. C. Flores, & D. O. Gómez, *Algunos modelos de planeación* (págs. 33-37). Veracruz: UVMX.
- Geremías, J. (09 de 11 de 2021). *Qualiex blog de la calidad*. Obtenido de Planificación estratégica para 2022: <https://blogdelacalidad.com/planificacion-estrategica-para-2022/>
- Gloria, L. (2018). *Propuesta de un plan estratégico para la pequeña empresa “El Lojanito” ubicada en la Provincia de Pichincha, parroquia rural Conocoto, Valle de los Chillos al sur- este del Cantón Quito periodo 2018-2022*. Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16679/1/T-UCE-0005-CEC-078.pdf>
- Guillermo, R. (11 de Marzo de 2021). *Estrategia. Qué es, origen, definición según autores, tipos*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
- Lambert, T. (2000). Instrumentos clave para la gestión. Barcelona: Folio.
- Marketing de Pymes. (19 de Marzo de 2010). *La matriz General Electric (GE) o matriz McKinsey*. Obtenido de <https://www.marketingdepymes.com/marketing/estrategico/la-matriz-general-electric-ge/>
- MENDOZA, R. (2018). *“Diseño de un Plan Estratégico para Mejorar el Servicio de Transporte de Carga de la Empresa Translogal, Guayaquil.”*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/33578/1/TESIS%20ESTUDIO%20DE%20CASO%20JESSICA%20ROJAS%20MENDOZA%20the%20last.pdf>
- MONSERRAT, R. M. (2018). *Diseño de un Plan Estratégico para Mejorar el servicio de transporte de carga pesada*. Guayaquil. Obtenido de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjpsYW2-aH4AhXxfjABHZUQD_0QFnoECAoQAQ&url=http%3A%2F%2Frepositorio.ug.edu.ec%2Fbitstream%2Fredug%2F33578%2F1%2FTESIS%2520ESTUDIO%2520DE%2520CASO%2520JESSICA%2520ROJAS%2520MENDOZA%2520the%2520last.pdf

- Montalván, P. (2015). Previa a la obtención del Título de: INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL . *PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COMPAÑÍA DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA “TRANSCARPLAN S.A.”, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015-2019.* . UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA , SANTA ELENA. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/3563/UPSE-TDE-2015-0063.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morales, F. (11 de 2018). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa.*
- Pérez, A. (26 de Abril de 2021). *OBS Business School.* Obtenido de Análisis externo de una empresa: formas de plantearlo: <https://www.obsbusiness.school/blog/analisis-externo-de-una-empresa-formas-de-plantearlo>
- Ponce, H. (Septiembre de 2006). *Contribuciones a la Economía.* Obtenido de La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales: <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Redactores Profesionales. (09 de 2020). Características de la Planeación Estratégica. *Revista educativa Caracteristicasdel.com.* Obtenido de <https://www.caracteristicasdel.com/propiedades/caracteristicas-de-la-planeacion-estrategica.html>
- Roncancio, G. (s.f.). *¿Qué es la Planeación Estratégica y para qué sirve?* Obtenido de <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve#Modelos-de-planeacion>
- Ruiz, M. (26 de 07 de 2020). *Análisis PESTEL: ¿Qué es y para qué sirve? Ejemplo.* Obtenido de Definición de análisis PESTEL: <https://milagro.ruizbarroeta.com/analisis-pestel/>
- Scott, A. (2013). *¿Qué es la Planificación Estratégica?* En A. Scott, *Planificación Estratégica* (págs. 1/4-1/9-1/10-1/11-1/12-1/13-1/14). Reino Unido.
- Struck, L. A. (2021). *Checklist: ¿qué es, cuáles son los beneficios y cómo hacerlo?* Obtenido de <https://www.sydle.com/es/blog/checklist-61a786f45448461cf98f7b23/>
- Tobar, D. (2016). *PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA DE TRANSPORTE Y SERVICIOS LOGÍSTICOS EXPRESSCHASQUIS S.A. UBICADA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERÍODO*

2015-2020. QUITO. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Documents/Tesis/T-
UCE-0005-123-2016.pdf

Torres, D. (10 de Marzo de 2022). *Qué es el plan estratégico de una empresa, cómo crearlo y ejemplos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-plan-estrategico-empresa>

Wharton. (2001). *Toma de decisiones según Wharton*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/tallerdeliderazgosandez/unidad-4-toma-de-decisiones/toma-de-decisiones-segun-wharton>

ANEXOS

• Cronograma

N o	Actividad	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACIO N	JULIO				AGOSTO				Septiembre				
				S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S1 0	S1 1	S1 2	
1	Preinscripción (al final de cada periodo académico)	24/7/2022	25/7/2022													
2	Revisión de la corrección al anteproyecto y asignación de pares académicos	25/7/2022	26/7/2022													
3	Aprobación de los anteproyectos en Consejo Directivo; designación del director y pares académicos.	26/7/2022	27/7/2022													
4	Entrega del anteproyecto a los pares académicos para revisión	1/8/2022	2/8/2022													
5	Revisión del anteproyecto por parte de los pares académicos y emisión de recomendaciones.	2/8/2022	3/8/2022													
6	Acoger las observaciones de los pares académicos y presentar certificación de cumplimiento	3/8/2022	4/8/2022													
7	Desarrollo del trabajo de integración curricular (proyecto.	10/8/2022	11/9/2022													
8	Revisión del proyecto final por parte de los pares académicos y emisión de recomendaciones.	11/10/2022	28/10/2022													
9	Emisión del certificado de validación	10/11/2022	12/11/2022													

10	Recepción del proyecto con las respectivas certificaciones para la defensa.	13/11/2022 2	13/11/2022																
11	Emisión de la calificación del trabajo escrito.																		
12	Aprobación del cronograma de defensa de los trabajos de integración curricular																		
13	Defensa del trabajo de integración curricular																		
14	Entrega de documentación (incorporación)																		
15	Entrega mediante oficio de los expedientes de los estudiantes																		
16	Elaboración y entrega del informe de cierre del proceso de titulación.																		

- Presupuesto

ANEXO				
PRESUPUESTO (aplicado en la tesis)				
1. SUMINISTROS				
Suministro	Unidad (resmas, cajas, etc.)	Cantidad (de resmas, cajas, etc.)	Valor unitario (de resmas, cajas, etc.)	Total (\$)
Papel bond 75 gr	Unidad	3	2,3	6,9
Cartulinas A4 Kimberly	Unidad	25	0,02	0,5
Marcadores permanentes	Unidad	9	0,23	2,07
Esferográficos	Unidad	8	0,08	0,64
Lápiz con borrador	Unidad	8	0,06	0,48
Cd	Unidad	1	0,58	0,58
Carpeta de cartón	Unidad	10	0,70	7
Total				11,87
2. IMPRESIONES Y SERVICIOS				
Transporte	Días	25	0,25	6,25
Impresiones	Días	120	0,1	12
Total (2)				18,25
3. INSUMOS				
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
Flash Memory	Unidad	1	8	8
Celulares	Unidad	1	150	150
Computadora	Unidad	1	600	600
Total (4)				758
Costo del Presupuesto				788,12

Imagen 3 Encuesta a los socios de la Compañía Transrubol S.A.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIALE INFORMÁTICA



Carrera de Administración de Empresas

Objetivo: Recoger suficiente información para el trabajo de integración curricular en la Compañía de Transporte Pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A.

1. ¿Usted conoce qué es un Plan Estratégico?

Si

No

2. ¿Conoce usted la razón de ser de la Compañía?

Si

No

3. ¿La Compañía Transrubol tiene una Planificación?

Si

No

4. ¿La Compañía tiene definidos sus objetivos?

Si

No

5. ¿Tiene un sistema adecuado para planificar y brindar el servicio?

Si

No

6. ¿Los precios que cobra están acordes al mercado?

Si

No

7. ¿Los ingresos que usted recibe son los adecuados por el trabajo que realiza?

Si

No

8. ¿Cree usted que existe una buena comunicación dentro de la compañía?

Si

No

9. ¿Por qué medio se comunican con sus compañeros y la compañía?

Teléfono móvil

Radios de comunicación

Internet

10. ¿Las unidades que cuenta la Compañía están acorde con la cantidad de los clientes?

Si

No

11. ¿Qué tipo de marca de vehículo posee usted?

Mercedes Benz

Hino FC

Chevrolet

JAC

Hyundai

Ninguno

12. ¿Conoce usted si la Compañía cuenta con todos los permisos de circulación de la Agencia Nacional de Transporte de sus vehículos?

Si

No

13. ¿Han recibido capacitación sobre un Plan Estratégico?

Si

No

14. ¿Existen clientes insatisfechos?

Si

No

15. ¿Cuándo usted realiza la entrega de la mercadería a sus clientes han obtenido problemas?

Si

No

16. ¿Qué problemas ha tenido al momento de entregar el servicio?

No está la persona que recibe

No se encuentra la dirección

La mercadería ha sufrido algún desperfecto

Llegó tarde a la entrega

Se perdió la mercadería

Se dañó el vehículo

17. ¿Usted cree que la Compañía Transrubol S.A. debe implementar nuevas estrategias para mejorar su servicio?

Si

No

18. ¿Cuándo existe un problema con alguna entrega, cuáles son las estrategias a implementar?

Tener un plan para poder realizar una entrega efectiva para que el cliente se encuentre satisfecho.

Ser eficaz y cumplir con los tiempos establecidos para un servicio eficaz y de calidad

Ser puntual y brindar un servicio de calidad.

Brindar un servicio de acuerdo a la exigencia del cliente.

19. ¿Usted está de acuerdo que al momento de implementar un Plan Estratégico será más competitivo?

Si

No

20. ¿Estaría de acuerdo si la Compañía contará con un rastreo GPS para mayor seguridad en su carga?

Si

No

Imagen 4 Encuesta a los socios de la Compañía Transrubol S.A.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN

EMPRESARIALE INFORMÁTICA



Carrera de Administración de Empresas

Entrevista dirigida: Ing. Ana Arévalo

Cargo: Contadora y auditora de la Compañía Transrubol S.A.

Objetivo: Conocer la situación actual de la Compañía Transrubol S.A en la ciudad de Guaranda.

1. **¿Qué tiempo tiene trabajando en la Compañía?**
2. **¿Hace cuántos años está constituida la Compañía?**
3. **¿Cómo surgió la Compañía Transrubol S.A.?**
4. **¿Cuáles son las actividades que realiza dentro de la Compañía?**
5. **¿La Compañía Transrubol S.A. ha logrado cumplir con sus metas?**
6. **¿Cómo se encuentra la Compañía en los últimos años?**
7. **¿Dentro de la ciudad de Guaranda, cuáles son sus competidores?**
8. **¿Conoce acerca de un Plan Estratégico?**
9. **¿Cree que es factible para la Compañía Transrubol S.A. conozca sus fortalezas y oportunidades?**
10. **¿Qué medios de comunicación utiliza para comunicarse con los socios?**

11. **¿Las estrategias que utilizan dentro en la Compañía han sido realizadas por los socios.**
12. **¿Cree usted que los camiones se encuentran en óptimas condiciones?**
13. **¿Cuál son las razones por las cuales la Compañía Transrubol no cuenta con una planificación?**
17. **¿La Compañía ha recibido quejas por los problemas que presentan al entregar la mercadería?**
18. **¿Cuáles son las razones por las cuales los socios no han tenido capacitación acerca de un Plan Estratégico?**
19. **¿Está de acuerdo que la Compañía Transrubol debe de implementar un plan estratégico?**

Imagen 5 Encuesta a los socios de la Compañía Transrubol S.A.

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN

EMPRESARIALE INFORMÁTICA



Carrera de Administración de Empresas

Entrevista dirigida: SR. Efraín Chasi.

Cargo: presidente de los socios de la Compañía Transrubol S.A

Fecha de encuesta: 20/09/22

Objetivo: Conocer la Situación actual de la Compañía de Transporte de Carga Pesada Transrubol S.A

- 1. ¿Cuánto tiempo es socio de la Compañía Transrubol S.A.?**
- 2. ¿Cuáles son los recorridos que usted realiza?**
- 3. ¿Cuáles son los problemas que presenta durante la entrega del servicio?**
- 4. ¿Cuáles son los factores que más le afectó en estos últimos meses?**
- 5. ¿Cuáles son las tarifas que usted cobra hacia otras ciudades?**
- 6. ¿Los camiones cuentan con radios de comunicación para comunicarse con la oficina?**

Imagen 6 Carta de aceptación de la Compañía Transrubol S.A.

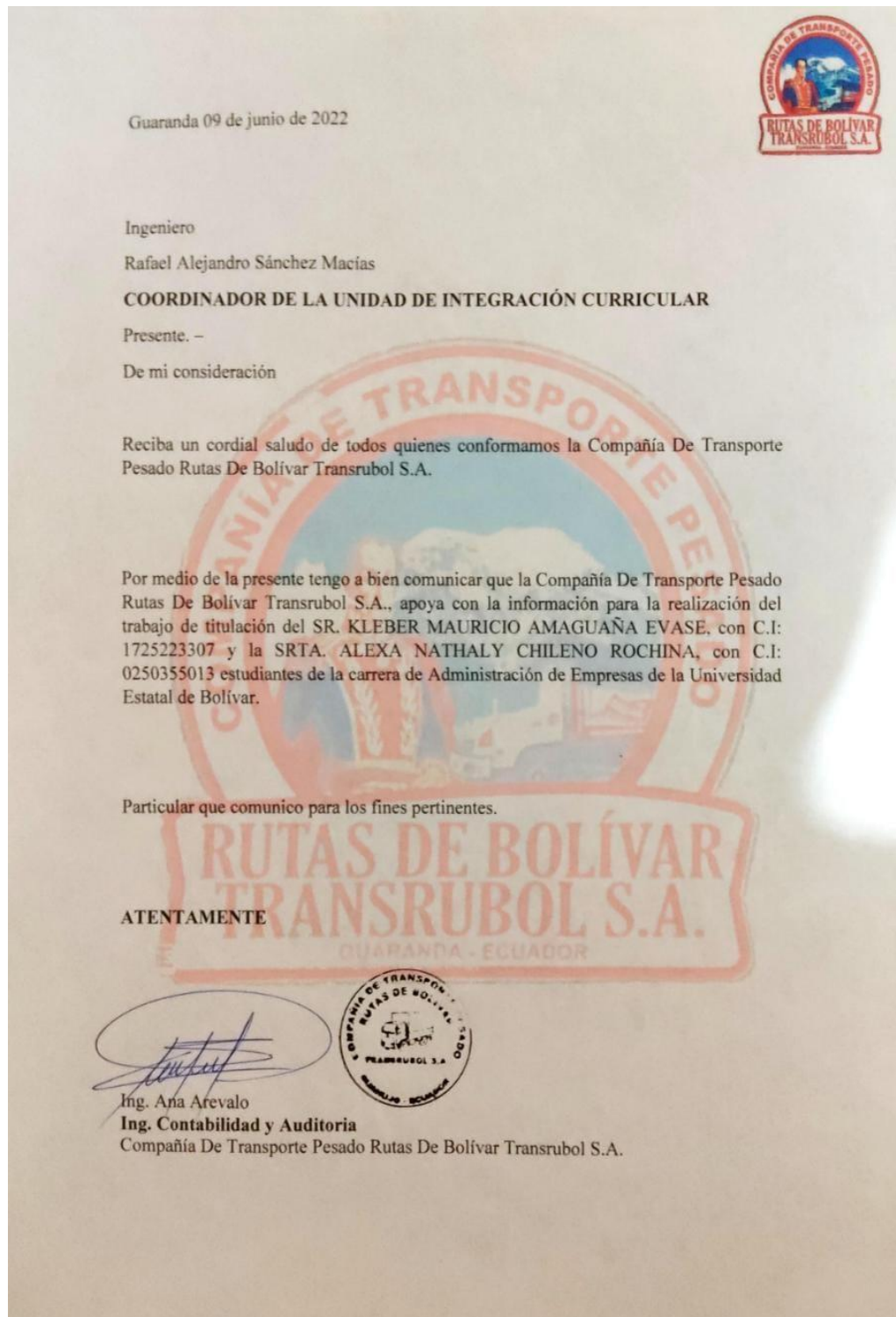


Imagen 7 Realización de la entrevista a la contadora de la Compañía



Imagen 8 Diversas unidades ubicadas en el estacionamiento



Imagen 9 realizacion de la encuesta al socio de la Compañía



UEB
UNIVERSIDAD
ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

Original

Document Information

Analyzed document	Proyecto del trabajo de integracion curricular Desarrollo de un Plan Estratégico para la compañía de transporte pesado Rutas de Bolívar Transrubol S.A., en la ciudad de Guaranda, año 2022. (1).pdf (D149258055)
Submitted	2022-11-10 15:31:00
Submitted by	
Submitter email	klamaguana@mail.es.ueb.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	mescobar.ueb@analysis.urkund.com

Sources included in the report

Entire Document

Hit and source - focused comparison, Side by Side

Submitted text	As student entered the text in the submitted document.
Matching text	As the text appears in the source.



1 de 2

15/11/2022 16:3