



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRÁCTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE  
CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO COMERCIAL**

**TÍTULO  
DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA  
ESCUELA DE CONDUCCIÓN TRONCAB CIA. LTDA. DEL  
CANTÓN MILAGRO**

**Autor: Tuquina Constante Jorge Luis**

**Tutor: Ing. Echeverría Vásquez Huber Gregorio**

**MILAGRO, ENERO 2017**

**ECUADOR**

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es **Desarrollo de Plan Estratégico para la Escuela de Conducción Troncab Cia. Ltda. del Cantón Milagro**, presentado por el, estudiante **Tuquinga Constante Jorge Luis**, para optar al título de Ingeniero Comercial

Milagro, a los 07 días del mes de diciembre del 2016.



Firma del tutor

Ing. Huber Gregorio Echeverría Vásquez

091657781-0

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 5 días del mes de Enero 2017



Tuquinga Constante Jorge Luis

092921337-9

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí. A mi demás familiares, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuestos a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mis compañeros de aula, sin su ayuda y apoyo contante, no hubiera logrado esta meta.

Jorge Luis Tuquinga Constante

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mi madre, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mi demás familiares, que con sus consejos me ha ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida.

A mis compañeros de clases, por su apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera universitaria, por compartir momentos de alegría, tristeza y demostrarme que siempre podré contar con él.

A todos los docentes por toda la colaboración brindada, durante la elaboración de este proyecto.

Finalmente al tutor porque cada una con sus valiosas aportaciones hicieron posible este proyecto y por la gran calidad humana que me han demostrado con su amistad y profesionalismo.

Jorge Luis Tuquinga Constante

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Desarrollo de Plan Estratégico para la Escuela de Conducción Troncab Cia. Ltda. del Cantón Milagro" y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 5 de Enero del 2017



Tuquinga Constante Jorge Luis

092921337-9

## **ABREVIATURAS**

CIA.: Compañía

LTDA.: Limitada

FODA: Es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN .....                          | 1  |
| CAPÍTULO I.....                             | 2  |
| EL PROBLEMA.....                            | 2  |
| 1.1 Planteamiento del Problema .....        | 2  |
| 1.1.1 Formulación del Problema.....         | 3  |
| 1.1.2 Delimitación .....                    | 3  |
| 1.2 Objetivos .....                         | 3  |
| 1.2.1 Objetivo General .....                | 3  |
| 1.2.2 Objetivos Específicos .....           | 3  |
| CAPÍTULO II.....                            | 5  |
| MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO .....          | 5  |
| 2.1 Marco Teórico y Referencial.....        | 5  |
| 2.1.1 Antecedentes Referenciales.....       | 5  |
| 2.1.2 Marco Teórico .....                   | 6  |
| 2.1.3 Marco Conceptual o Metodológico ..... | 9  |
| 2.2 Marco Metodológico .....                | 10 |
| 2.3 Población y Muestra.....                | 11 |
| 2.4 Métodos y Técnicas .....                | 11 |
| 2.5 Resultados .....                        | 12 |
| CAPÍTULO III .....                          | 18 |
| PROPUESTA.....                              | 18 |
| 3.1 Descripción de la Propuesta.....        | 18 |
| 3.1.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....       | 18 |
| 3.2 Conclusiones .....                      | 24 |
| 3.3 Recomendaciones .....                   | 24 |
| Bibliografía .....                          | 25 |
| ANEXOS.....                                 | 27 |



## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1 ¿Conoce si en la actualidad la empresa Troncab, tiene un plan estratégico? .....  | 12 |
| Tabla 2 ¿Cuál es su nivel de instrucción? .....   | 12 |
| Tabla 3 ¿Qué tiempo labora en la empresa Troncab? .....   | 13 |
| Tabla 4 ¿Qué cargo desempeña en la empresa Troncab? .....   | 13 |
| Tabla 5 ¿Conoce la misión de la empresa? .....  | 14 |
| Tabla 6 ¿Conoce visión de la empresa? .....   | 14 |
| Tabla 7 ¿Ha recibido capacitación por parte de la empresa Troncab para el desarrollo de sus actividades, en el caso de haber recibido indique en qué áreas? ..... | 15 |
| Tabla 8 ¿Conoce la estructura orgánica de la empresa Troncab? .....   | 15 |
| Tabla 9 ¿Cómo califica usted a la empresa Troncab en cuanto al servicio que ofrece?.....  | 16 |
| Tabla 10 ¿Conoce Ud. ¿Cuáles son y objetivos empresariales de la empresa Troncab?.....  | 17 |
| TABLA 11 FODA ANÁLISIS DE SITUACIÓN ACTUAL.....   | 19 |
| TABLA 12 FOFADODA.....  | 20 |
| TABLA 13 MATRIZ DE PONDERACIONES FOFADODA.....  | 22 |
| TABLA 14 CUADRO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS .....   | 23 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1 ¿Conoce si en la actualidad la empresa Troncab, tiene un plan estratégico? .....  | 12 |
| Figura 2 ¿Cuál es su nivel de instrucción? .....   | 13 |
| Figura 3 ¿Qué tiempo labora en la empresa Troncab? .....   | 13 |
| Figura 4 ¿Qué cargo desempeña en la empresa Troncab? .....   | 14 |
| Figura 5 ¿Conoce la misión de la empresa? .....  | 14 |
| Figura 6 ¿Conoce visión de la empresa? .....   | 15 |
| Figura 7 ¿Ha recibido capacitación por parte de la empresa Troncab para el desarrollo de sus actividades, en el caso de haber recibido indique en qué áreas? ..... | 15 |
| Figura 8 ¿Conoce la estructura orgánica de la empresa Troncab? .....   | 16 |
| Figura 9 ¿Cómo califica usted a la empresa Troncab en cuanto al servicio que ofrece? .....   | 16 |
| Figura 10 ¿Conoce Ud. ¿Cuáles son y objetivos empresariales de la empresa Troncab? .....   | 17 |

## RESUMEN

El presente trabajo recoge una investigación sobre el desarrollo de implementar estrategias para el desarrollo institucional en la escuela de conducción TRONCAB CIA. LTDA. del Cantón Milagro, estas entidades que tenían en sus filas a hombres dedicados a la transportación de carga y pasajeros, que fraguaron el crecimiento de Milagro y de sus alrededores.

El objetivo principal del presente trabajo es elaborar un Plan Estratégico para el desarrollo institucional de la Escuela de Conducción TRONCAB CIA. LTDA. del Cantón Milagro, considerando para ello, la aplicación de los siguientes métodos como el inductivo, deductivo, analítico y sistémico que permita además cumplir con objetivos específicos, lo que nos guiará a definir las acciones pertinentes.

Esta investigación se desarrolla porque la institución necesita establecer un plan estratégico ya que refleja la ausencia de estrategias y las falencias que existen en la Escuela de conducción TRONCAB CIA. LTDA. del Cantón Milagro, necesita plasmar estrategias en su totalidad para tener más acogida de estudiantes y de sus colaboradores.

Teniendo en cuenta que al realizar el plan estratégico se podrá tener visión y su misión la misma que detallaran el porqué de la existencia de la escuela de conducción.

**Palabras clave:** Estrategias, plan estratégico, métodos, visión, misión

## **ABSTRACT**

The present work includes research on the development of implementing strategies for institutional development in the driving school TRONCAB CIA. LTDA. From the Canton Milagro, these entities that had in their ranks men dedicated to the transportation of cargo and passengers, who hardened the growth of Milagro and its surroundings.

The main objective of the present work is to elaborate a Strategic Plan for the institutional development of the TRONCAB CIA Driving School. LTDA. Considering the application of the following methods as the inductive, deductive, analytical and systemic that also allows us to meet specific objectives, which will guide us to define the relevant actions.

This research is developed because the institution needs to establish a strategic plan as it reflects the absence of strategies and shortcomings that exist in the TRONCAB CIA Driving School. LTDA. Of the Canton Milagro, needs to translate strategies in its entirety in order to have more welcome from students and their collaborators.

Bearing in mind that in carrying out the strategic plan it will be possible to have vision and its mission that will detail the reason for the existence of the driving school.

**Keywords:** Strategies, strategic plan, methods, vision, mission

## INTRODUCCIÓN

Una planificación estratégica reside en realizar planes hacia el futuro el mismo que envuelve recursos; financieros, personal entre otros que se van a tomar en cuenta a fin de cumplir con las medidas que se van a bosquejar, para el crecimiento y desarrollo institucional de la Escuela de Conducción TRONCAB CIA. LTDA.

El presente trabajo, está conducido a fin de desarrollar un Plan Estratégico para la Escuela de Conducción TRONCAB CIA. LTDA. Del cantón de Milagro, la misma que parte de una visión desde un punto negativo, desde el inicio de sus operaciones comerciales, realizando un estudio de los diversos períodos por los que ha tenido que pasar; efectuando una inquisición o encuesta a los usuarios tanto interno como externos de la escuela de conducción; de una u otra manera prestando atención los diferentes resultados de las investigaciones y proyección de demanda para establecer un FODA, interpretando los resultados y de dicha forma realizar conclusiones, recomendaciones, y poder partir desde este punto con un criterio firme de las necesidades, y exigencias de los usuarios internos y externos de la compañía, consiguiendo de esta manera proyectar y desarrollar un plan estratégico, que permita establecer una misión, visión y objetivos a corto, mediano y largo plazo, los cuales serán el punto exacto para que la Escuela de Conducción TRONCAB CIA. LTDA., logre establecerse con una visión estratégica.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La Escuela de Conducción TRONCAB Cía. Ltda., en donde su principal objetivo es la capacitación de las personas que tienen como necesidad la obtención de la licencia de conducir tipo A la cual está encaminada para que los usuarios puedan conducir motos, las cuales se ejecutan en la escuela de conducción ubicada en la Ciudad de Milagro.

En la actualidad las organizaciones tienen la obligación de adaptarse rápidamente y de manera adecuada a los diversos cambios a los que el planeta se encuentra sometido.

Producir un artículo o brindar un servicio no es suficiente para la escuela, sino que es necesario realizar publicidades para la mejora de los servicios satisfaciendo las necesidades y expectativas de los usuarios tanto actuales como potenciales, a precios adquiribles teniendo un lugar y momento adecuado para los clientes. Por esta razón es de mayor importancia desarrollar un plan estratégico que ayude a promover las relaciones de largo plazo con el cliente y la administración de la escuela de conducción como un procedimiento integrado. Es de importancia que la organización tenga en cuenta una planificación estratégica, la cual sirva para el desarrollo de dicho plan.

Hoy en día iniciar una actividad económica sin el conocimiento del mercado no es posible por su grado de complejidad. En el mundo que habitamos se han ido adquiriendo y desarrollando cambios a un paso muy acelerado, a la medida que esto llegue a provocar que la adaptación al futuro sea uno de los problemas principales.

Es necesario dejar a un lado las creencias erróneas para lograr reaccionar a tiempo conservándose durante años en la competencia y aprovechando los cambios como oportunidades de desarrollo.

### **1.1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿La falta de un plan estratégico afecta al desarrollo institucional de la escuela de conducción TRONCAB CIA. LTDA del cantón Milagro?

### **1.1.2 DELIMITACIÓN**

**Teórico:** En el ámbito de la teoría en que sustenta la presente investigación es el plan estratégico, ya que es una herramienta indispensable para la supervivencia y el desarrollo con éxito de la empresa, en este caso, la Escuela de Conducción TRONCAB CIA. LTDA, especialmente la formulación de estrategias que apoyado de una investigación de mercados permitirá desarrollar estrategias que aporten a la mejora de la empresa.

**Temporal:** La investigación se realiza desde septiembre del 2016.

**Espacial:** La investigación se realiza en el Cantón Milagro, provincia del Guayas, lugar donde está establecida la Escuela de Conducción TRONCAB CIA. LTDA.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 OBJETIVO GENERAL**

Establecer los elementos para elaborar un plan estratégico para el desarrollo institucional de la escuela de conducción TRONCAB CIA. LTDA. del Cantón Milagro que contenga la solución de las necesidades identificadas en el diagnóstico de la investigación.

### **1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar los antecedentes de la escuela de conducción TRONCAB CIA. LTDA.
- Identificar estrategias que permita el desarrollo institucional de la empresa.

- Formular los objetivos estratégicos en base a los resultados obtenidos del análisis de la situación actual en la institución.
- Realizar una matriz FODA para el establecimiento de la situación actual de la Escuela de Conducción TRONCAB CIA. LTDA.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL**

##### **2.1.1 ANTECEDENTES REFERENCIALES**

**Autor:** Cisneros Icaza Gissela Mercedes

**Título:** Plan Estratégico para el Desarrollo Institucional de la Escuela de Conducción del Sindicato de Choferes Profesionales del cantón Quevedo, período 2014-2018.

**Año:** 2015

**URL:** <http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/801/1/T-UTEQ-0063.pdf>

“Trabajo de investigación acerca de la aplicación de implementar estrategias para el desarrollo institucional en la Escuela de Conducción del Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Quevedo, estas entidades que tenían en sus filas a hombres dedicados a la transportación de carga y pasajeros, que fraguaron el crecimiento de Quevedo y la zona central de país, son: La Sociedad Unión de Choferes de Quevedo que fue fundada el 29 de noviembre de 1955, y el Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Quevedo, creado el 22 de septiembre de 1960. La decisión de fusionarse toma cuerpo considerando que el Congreso Ordinario de Choferes del Ecuador, realizado en la ciudad de Guaranda en julio de 1960 al reformar sus Estatutos dispuso que las Sociedades puedan constituirse en Entidades Sindicales. El objetivo principal del presente trabajo fue elaborar un Plan Estratégico para el desarrollo institucional de la Escuela de Conducción del Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Quevedo, período 2014-2018.” (Cisneros Icaza, 2015)

**Autor:** Bailón Agila Viviana Marisol

**Título:** Plan estratégico en el sindicato de choferes profesionales del cantón paltas, período 2011-2016

**Año:** 2011

**URL:**

<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2396/1/TESIS%20POR%20ENTREGRA%20VMBA.pdf>

“Elaboración un Plan Estratégico al Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Paltas periodo 2011-2016, que permitirá lograr una cultura y ética organizacional entre los socios para la consecución de sus fines. La investigación realizada al Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Paltas permitió demostrar el comportamiento sindical, mediante la determinación de los factores internos y externos, llegando a establecer un plan operativo anual [5,6].” (Bailón Agila, 2011)

**Autor:** Veintimilla Apolo María Fernanda

**Título:** Elaboración de un Plan Estratégico para la empresa de conducción Rodar de la ciudad de Loja año 2013-2018

**Año:** 2014

**URL:**<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6922/1/Mar%C3%ACa%20Fernanda%20Veintimilla%20Apolo.pdf>

“Trabajo de tesis tiene como objetivo general diseñar la Planificación Estratégica para la Empresa de servicios RODAR, considerando lo como una herramienta que permita organizar las actividades de la misma y la toma de decisiones para un mejor desempeño [12,15]”.(Veintimilla Apolo, 2014)

## **2.1.2 MARCO TEÓRICO**

### **Plan Estratégico**

Según refiere (Sainz de Vicuña Ancín , 2015) “El plan estratégico constituye la herramienta en la que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado, en referencia a lo que hará en los tres próximos

años, para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés [45]”.<sup>1</sup>

“En este marco, cabe esperar que todo este tipo de movimiento, tendencias, creatividad, innovaciones y nuevos modelos de negocios que se están dando en este nuevo escenario produzca importantes cambios en los países a nivel mundial [55]”. (Abascal Rojas, 2000).<sup>2</sup>

Según indica (Martinez Pedros & Milla Gutiérrez, 2012) “En el terreno microeconómico, que exista la necesidad imperiosa de muchas empresas de pensar estratégicamente y planificar su futuro para ser competitivas en mercados cada vez más concentrados y globales [42]”.<sup>3</sup>

### **Importancia del plan estratégico**

Según refiere (Rios Ramos, 2010) “Es necesario que toda organización cuente con un plan estratégico. Aunque a veces se piense que la misión y visión de una empresa, forme parte del decorado de la sala de recepciones. Siendo así que el plan estratégico ayuda a que los líderes de una organización plasmen la dirección que le quieren dar a la empresa, y cuando este plan es transmitido hacia toda la organización, esta generara sinergias en todo el personal para la obtención de sus objetivos. Asimismo, este plan ayuda a que cada trabajador sepa hacia donde se quiere ir y se comprometa con ese destino”.<sup>4</sup>

Según refiere (Reuven, 2013) “Para que una organización tenga éxito, es necesario que haya una hoja de ruta para alcanzarlo. Un plan estratégico ayuda a fijar la dirección. Apunta a los resultados específicos que se pretende alcanzar y establece un curso de acción para alcanzarlos, el plan estratégico también ayuda

---

<sup>1</sup>Sainz de Vicuña Ancín , J. M. (2015). El plan estratégico en la práctica. Madrid

<sup>2</sup>Abascal Rojas, F. (2000). Cómo se hace un plan estratégico: modelo de desarrollo en una empresa. Madrid

<sup>3</sup>Martinez Pedros, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). Introducción al plan estratégico. Diaz Santos.

<sup>4</sup>Rios Ramos, F. (2010). Tips para el crecimiento organizacional, profesional y personal, enlace disponible en: “<http://blog.pucp.edu.pe/blog/perfil/2010/01/07/importancia-del-plan-estrategico/>”

a las distintas unidades de trabajo dentro de una organización a alinearse con los objetivos de la empresa, por lo que podría decirse que una de las principales causas del fracaso empresarial es debido a no tener un plan estratégico bien fundamentado y bien implementado”.<sup>5</sup>

### **Ventajas del Plan Estratégico**

“Varios estudios cuantitativos, demuestran los buenos resultados obtenidos con la planeación estratégica en áreas como: ventas, utilidades, participaron en el mercado, reparto equitativo para los accionistas, índices de operación y del costo/utilidad de las acciones.” (Summers, 2006)

### **Desventajas del Plan Estratégico**

Según indica (Lozada, 2010) “La planificación está limitada por la exactitud de la información y de los hechos futuros. La utilidad de un plan está afectada por la corrección de las premisas utilizadas como subsecuentes. Si las condiciones bajo las cuales fue formulado el plan cambian en forma significativa, puede perderse gran parte del valor del plan. La planificación ahoga la iniciativa. Algunos creen que la planificación obliga a los gerentes a una forma rígida de ejecutar su trabajo.”<sup>6</sup>

### **Clasificación de estrategias**

Según refiere (Prieto Herrera, 2012) “Las estrategias se clasifican en:”<sup>7</sup>

#### **Estrategias intensivas:**

- ✓ Penetración en el mercado
- ✓ Desarrollo del mercado
- ✓ Desarrollo del producto

#### **Según indica (Prieto Herrera, 2012) “Estrategias diversificadas:**

---

<sup>5</sup>Reuven, L. (26 de noviembre de 2013). *Emprendices*. Recuperado el 22 de noviembre de 2016, de <https://www.emprendices.co/por-que-es-importante-un-plan-estrategico-en-los-negocios/>

<sup>6</sup>Lozada, H. (2010). *Planificación Estratégica*. Enlace disponible en: <http://goyoplan701.blogspot.com/2010/06/ventajas-y-desventajas-de-la.html>

<sup>7</sup>Prieto Herrera, J. E. (2012). *Gestión Estratégica Organizacional*. Colombia: Ecoe Ediciones.

- ✓ Diversificación concéntrica
- ✓ Diversificación conglomerado
- ✓ Diversificación horizontal”

**Según refiere** (Prieto Herrera, 2012) “**Estrategias varias:**

- ✓ Asociación
- ✓ Reducción
- ✓ Desposeimiento
- ✓ Liquidación
- ✓ Combinación”

**Según indica** (Torres Hernandez, 2014) “**Proceso de planeación estratégica**

Al entender que la planeación estratégica es un proceso, es decir, una serie de fases o etapas que se llevan en secuencia y que están integradas por conceptos tales como:<sup>8</sup>

- ✓ Diagnostico
- ✓ Visión- Misión
- ✓ Objetivos
- ✓ Estrategias
- ✓ Presupuestos
- ✓ Evaluación de resultados
- ✓ Realimentación”

### **2.1.3 MARCO CONCEPTUAL O METODOLÓGICO**

#### **Plan Estratégico.-**

“La Planificación Estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las

---

<sup>8</sup>Torres Hernandez, Z. (2014). Administración Estratégica. México:. México.

demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen.” (Dumorné, 2011)

#### **FODA.-**

“Constituye otra herramienta o técnica utilizada en el momento del modelo de gerencia estratégica pública. Al igual que el árbol de competencias, factores críticos de éxito, capacidades y habilidades clave, el Análisis FODA constituye también una técnica empleada en la planificación corporativa.”(Zambrano Barrios, 2006).

#### **Análisis de la situación actual.-**

“Explica a detalle los ámbitos externos e internos que vive actualmente la empresa. Se utilizan los resultados obtenidos en el análisis FODA, de competitividad, del ambiente externo.” (Lerma & Bárcena, 2012).

#### **Objetivos estratégicos.-**

“Un Objetivo Estratégico es aquella formulación de propósito que marca la posición en que deseamos estar a largo plazo. Es, aún más importante, la apuesta por algo que valoramos decisivo para el presente y futuro de la organización. Implica un riesgo y un resultado. Son en su conjunto las victorias que necesitamos alcanzar para conquistar la posición deseada.” (Castellanos Cruz, 2016)

## **2.2 MARCO METODOLÓGICO**

Para el desarrollo del trabajo de investigación se aplicaran los siguientes métodos:

#### **Método inductivo**

Este método en el cual puede distinguirse cuatro pasos esenciales: observación, registro, clasificación y derivación, mismos que permiten generalizar y contrastar, ya que a través de este medio se logró reunir información visual inherente a lo que ocurre en el interior de la Escuela de Conducción TRONCAB CIA. LTDA., mismo que permite la elaboración de nuevas metas y estrategias que sirven para el plan estratégicos.

### **Método deductivo**

A partir del reglamento interno y de los datos recopilados se puede corregir las consecuencias que se dan dentro de la escuela de conducción TRONCAB CIA. Ltda. a través de la exploración de la situación actual, la cual permite tomar decisiones y plasmar para alcanzar metas y objetivos.

### **Método analítico**

Este método es útil en el estudio de los procesos y documentación existente dentro de la Escuela de Conducción TRONCAB CIA Ltda., así como identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, mismos que sirven para la enunciación de los ejes estratégicos, enmarcados en pro del desarrollo institucional, siendo orientados a la dirección de las estrategias y actividades requeridas para el plan estratégico.

## **2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **Población**

La población es finita ya que la Escuela que se está estudiando cuenta con 8 colaboradores, siendo esta población pequeña se decide que la muestra sea la mínima.

### **Muestra**

Debido a que la población es finita y considerando que el número de trabajadores de la empresa es de 8 se decide tomar toda la población, por lo cual no necesita fórmula.

## **2.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS**

Las técnicas aplicadas en este trabajo de investigación son: la observación y la encuesta:

### **Observación**

Mediante la observación se obtuvo datos primarios de los problemas existentes dentro y fuera de la escuela de conducción TRONCAB CIA. LTDA.

## Encuesta

Mediante la encuesta aplicada a empleados y usuarios externos de la escuela de conducción TRONCAB CIA. LTDA. Se conoce la situación actual de la empresa, mismo que permite obtener información relevante para la realización del plan estratégico.

## 2.5 RESULTADOS

### Análisis e interpretación de resultados

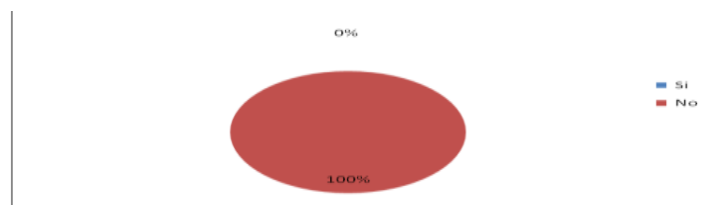
Tabla 1 ¿Conoce si en la actualidad la empresa Troncab, tiene un plan estratégico?

| Alternativas | Cantidad | Frecuencia  |
|--------------|----------|-------------|
| Si           | 0        | 0%          |
| No           | 8        | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

Figura 1 ¿Conoce si en la actualidad la empresa Troncab, tiene un plan estratégico?



**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

Tabla 2 ¿Cuál es su nivel de instrucción?

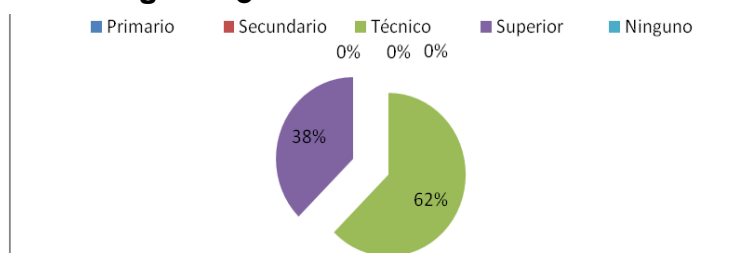
| Alternativas | Cantidad | Frecuencia  |
|--------------|----------|-------------|
| Primario     | 0        | 0           |
| Secundario   | 0        | 0           |
| Técnico      | 5        | 62%         |
| Superior     | 3        | 38%         |
| Ninguno      | 0        | 0           |
| <b>Total</b> | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante



**Figura 2 ¿Cuál es su nivel de instrucción?**



**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

**Tabla 3 ¿Qué tiempo labora en la empresa Troncab?**

| Alternativas | Cantidad | Frecuencia  |
|--------------|----------|-------------|
| 1 a 3 años   | 8        | 100%        |
| 4 a 6 años   | 0        | 0           |
| 7 a 9 años   | 0        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

**Figura 3 ¿Qué tiempo labora en la empresa Troncab?**



**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

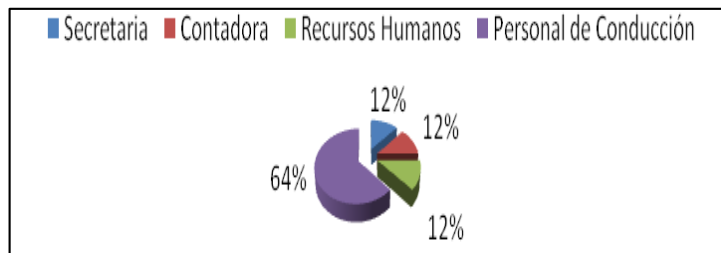
**Tabla 4 ¿Qué cargo desempeña en la empresa Troncab?**

| Alternativas           | Cantidad | Frecuencia  |
|------------------------|----------|-------------|
| Secretaria             | 1        | 12%         |
| Contadora              | 1        | 12%         |
| Recursos Humanos       | 1        | 12%         |
| Personal de Conducción | 5        | 64%         |
| <b>Total</b>           | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

Figura 4 ¿Qué cargo desempeña en la empresa Troncab?



**Autor:** Jorge Luis Tuquina Constante

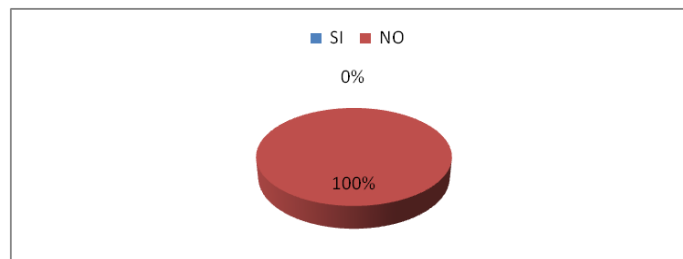
Tabla 5 ¿Conoce la misión de la empresa?

| Alternativas | Cantidad | Frecuencia  |
|--------------|----------|-------------|
| SI           | 0        | 0%          |
| NO           | 8        | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquina Constante

Figura 5 ¿Conoce la misión de la empresa?



**Autor:** Jorge Luis Tuquina Constante

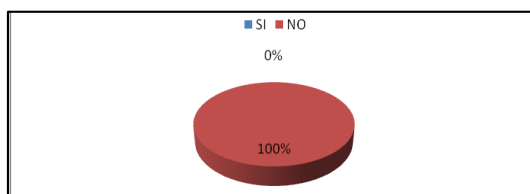
Tabla 6 ¿Conoce visión de la empresa?

| Alternativas | Cantidad | Frecuencia  |
|--------------|----------|-------------|
| SI           | 0        | 0%          |
| NO           | 8        | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquina Constante

Figura 6 ¿Conoce visión de la empresa?



**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

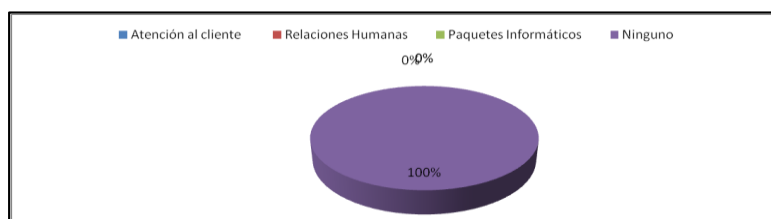
Tabla 7 ¿Ha recibido capacitación por parte de la empresa Troncab para el desarrollo de sus actividades, en el caso de haber recibido indique en qué áreas?

| Alternativas          | Cantidad | Frecuencia  |
|-----------------------|----------|-------------|
| Atención al cliente   | 0        | 0%          |
| Relaciones Humanas    | 0        | 0%          |
| Paquetes Informáticos | 0        | 0%          |
| Ninguno               | 8        | 100%        |
| <b>Total</b>          | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

Figura 7 ¿Ha recibido capacitación por parte de la empresa Troncab para el desarrollo de sus actividades, en el caso de haber recibido indique en qué áreas?



**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

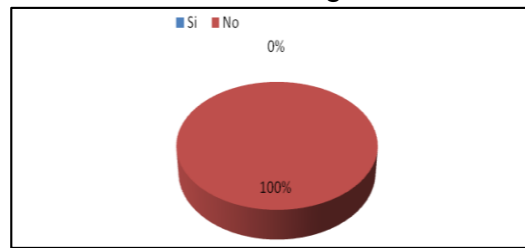
Tabla 8 ¿Conoce la estructura orgánica de la empresa Troncab?

| Alternativas | Cantidad | Frecuencia  |
|--------------|----------|-------------|
| Si           | 0        | 0%          |
| No           | 8        | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

Figura 8 ¿Conoce la estructura orgánica de la empresa Troncab?



**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

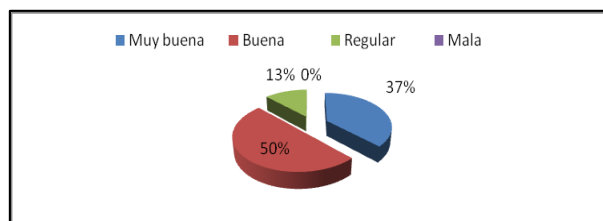
Tabla 9 ¿Cómo califica usted a la empresa Troncab en cuanto al servicio que ofrece?

| Alternativas | Cantidad | Frecuencia  |
|--------------|----------|-------------|
| Muy buena    | 3        | 37%         |
| Buena        | 4        | 50%         |
| Regular      | 1        | 13%         |
| Mala         | 0        | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

Figura 9 ¿Cómo califica usted a la empresa Troncab en cuanto al servicio que ofrece?



**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

Tabla 10 ¿Conoce Ud. ¿Cuáles son y objetivos empresariales de la empresa Troncab?

| Alternativas | Cantidad | Frecuencia  |
|--------------|----------|-------------|
| Si           | 0        | 0%          |
| No           | 8        | 100%        |
| <b>Total</b> | <b>8</b> | <b>100%</b> |

**Fuente:** Colaboradores de la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda.

**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

Figura 10 ¿Conoce Ud. ¿Cuáles son y objetivos empresariales de la empresa Troncab?



**Autor:** Jorge Luis Tuquinga Constante

Al analizar las respuestas dadas en la encuesta se puede determinar que los colaboradores de Troncab Cia. Ltda. no conocen la visión, misión, ni la estructura orgánica y sobre todo la Escuela no posee un plan estratégico. Por lo que en base a estas respuestas es viable el desarrollo de plan estratégico para la escuela de conducción Troncab Cia. Ltda. del Cantón Milagro.

## **CAPÍTULO III PROPUESTA**

### **3.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

El plan estratégico es una herramienta relevante para el perfecto direccionamiento de la empresa, mismo que permite tener objetivos y metas claras, siendo así que el presente trabajo de investigación propone el desarrollo de un plan estratégico para la escuela de conducción TRONCAB. Cia. Ltda. útil para el desarrollo institucional.

#### **3.1.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

##### **Situación actual de la Escuela de Conducción TRONCAB CIA. LTDA.**

La Escuela de Conducción TRONCAB CIA LTDA, fue creada el 10 de mayo del 2007 mediante escritura pública con domicilio en la provincia del Cañar, netamente en la ciudad de Azogues, está estructurada por 3 socios mismos que se consideran la plana mayor dentro de la Escuela, se encuentra inscrita en el registro mercantil del Cantón Azogues el 18 de mayo del 2007 cuyo objetivo básico es la realización de actividades de capacitación tanto teórico como práctico para conductores no profesionales, siendo que esta escuela pueda encargarse de impartir conocimientos destrezas y habilidades necesarias para que sus egresados entre ellos personas con discapacidad puedan optar por una licencia de conducir tipo A o B y F bajo los niveles más altos de la tecnología y conducción de forma responsable y segura de vehículos motorizados legalmente autorizados.

La Escuela de Conducción Troncab inicio sus operaciones como sucursal en la Cuidad de Milagro el Enero 22 del 2014, brindando capacitaciones para conductores no profesionales que necesitan obtener licencia tipo A.

**TABLA 11 FODA ANÁLISIS DE SITUACIÓN ACTUAL**

| <b>Fortalezas</b>   | <b>Oportunidades</b>   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Disponibilidad de infraestructura.</li> <li>➤ Preferencia de la empresa por parte de cliente.</li> <li>➤ Calidad de servicio.</li> <li>➤ Precios competitivos.</li> <li>➤ Administración responsable.</li> <li>➤ Planificación de procesos.</li> <li>➤ Departamentos estructurados.</li> <li>➤ Buen directorio.</li> <li>➤ Información contable oportuna.</li> <li>➤ Buen manejo financiero.</li> <li>➤ Pagos puntuales.</li> <li>➤ Transparencia económica.</li> <li>➤ Tutores capacitados.</li> <li>➤ Sueldos acuerdo a ley.</li> <li>➤ Personal asegurado.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Demanda de personas que necesitan licencia.</li> <li>➤ Buena imagen institucional.</li> <li>➤ Estabilidad económica.</li> <li>➤ Regulación de las escuelas de conducción por parte de la ANT.</li> <li>➤ Renovación de equipos de acuerdo a ley.</li> <li>➤ Restricciones por loes atrae más estudiantes.</li> <li>➤ Incumplimiento de ley de competencias de otras escuelas de conducción.</li> <li>➤ Cobros exagerados en la competencia.</li> <li>➤ Mejora en la economía del sector.</li> <li>➤ Egresados satisfechos.</li> <li>➤ Convenios con otras instituciones.</li> <li>➤ Excelente relación con autoridades del Cantón.</li> </ul> |
| <b>Debilidades</b>  | <b>Amenazas</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de plan de capacitación a colaboradores.</li> <li>➤ Ausencia de un plan estratégico.</li> <li>➤ Recursos tecnológicos limitados.</li> <li>➤ Falta de posicionamiento de la empresa.</li> <li>➤ No poseer material didáctico adecuado.</li> <li>➤ Falta en el cumplimiento para entregar licencia profesional.</li> <li>➤ No existe un departamento médico.</li> <li>➤ Auditorias anuales.</li> <li>➤ Gastos inoportunos.</li> <li>➤ Falta de asesor vial.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cambios permanentes de leyes de tránsito.</li> <li>➤ Competencias de otras escuelas de conducción.</li> <li>➤ Situación económica del país.</li> <li>➤ Desmotivación de colaboradores.</li> <li>➤ Leyes causan intranquilidad.</li> <li>➤ Opinión pública inadecuada hacia las escuelas de conducción.</li> <li>➤ Crisis económica del país pone en riesgo la economía de la escuela de conducción.</li> <li>➤ Falta de respeto al personal.</li> </ul>   |

**TABLA 12 FOFADODA**

|  | <b>Fortalezas</b>  | <b>Debilidades</b>   |
|--|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Disponibilidad de infraestructura.</li> <li>➤ Preferencia de la empresa por parte de cliente.</li> <li>➤ Calidad de servicio.</li> <li>➤ Precios competitivos.</li> <li>➤ Administración responsable.</li> <li>➤ Planificación de procesos</li> <li>➤ Departamentos estructurados.</li> <li>➤ Buen directorio.</li> <li>➤ Información contable oportuna.</li> <li>➤ Buen manejo financiero.</li> <li>➤ Pagos puntuales.</li> <li>➤ Transparencia económica.</li> <li>➤ Tutores capacitados.</li> <li>➤ Sueldos acuerdo a ley.</li> <li>➤ Personal asegurado.</li> <li>➤ Excelente trabajo en equipo.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de plan de capacitación a colaboradores.</li> <li>➤ Ausencia de un plan estratégico.</li> <li>➤ Recursos tecnológicos limitados.</li> <li>➤ Falta de posicionamiento de la empresa.</li> <li>➤ No poseer material didáctico adecuado.</li> <li>➤ Falta en el cumplimiento para entregar licencia profesional.</li> <li>➤ No existe un departamento médico.</li> <li>➤ Auditorias anuales.</li> <li>➤ Gastos inoportunos.</li> <li>➤ Falta de asesor vial.</li> <li>➤ Falta de psicólogo.</li> </ul> |
| <b>Oportunidades</b>   | <b>Estrategias FO</b>  | <b>Estrategias DO</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Demanda de personas que necesitan licencia.</li> <li>➤ Buena imagen institucional.</li> <li>➤ Estabilidad económica.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Incentivar la buena imagen institucional ayuda a que la escuela de conducción sea preferida para clientes.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Incentivar la capacitación de colaboradores a fin de mantener la buena imagen institucional.</li> </ul>   |



|  |  |   |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Regulación de las escuelas de conducción por parte de la ANT.</li> <li>➤ Renovación de equipos de acuerdo a ley.</li> <li>➤ Restricciones por loes atrae más estudiantes.</li> <li>➤ Incumplimiento de ley de competencias de otras escuelas de conducción.</li> <li>➤ Cobros exagerados en la competencia.</li> <li>➤ Mejora en la economía del sector.</li> <li>➤ Egresados satisfechos.</li> <li>➤ Convenios con otras instituciones.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Incentivar la calidad de servicio ayuda a tener buena imagen en relación a la institución.</li> <li>➤ Incentivar administración responsable a fin de estar acorde a las leyes vigentes.</li> <li>➤ Procurar el buen manejo financiero, a fin de obtener una economía estable dentro de la institución.</li> <li>➤ Realizar contratación de personal adecuado a fin de tener egresados satisfechos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Diseñar plan estratégico, a fin de aprovechar la demanda de necesidad por parte de clientes.</li> <li>➤ Ejecutar las gestiones pertinentes a fin de obtener permiso de otorgar licencias de conducir profesionales.</li> <li>➤ Realizar auditoría interna y externa a fin de descartar desfalcos dentro de la institución.</li> <li>➤ Aumentar el personal calificado para tener egresados satisfechos.</li> </ul> |
| <p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cambios permanentes de leyes de tránsito.</li> <li>➤ Competencias de otras escuelas de conducción.</li> <li>➤ Situación económica del país.</li> <li>➤ Desmotivación por parte de los colaboradores.</li> <li>➤ Las leyes que causan intranquilidad.</li> </ul>  | <p style="text-align: center;"><b>Estrategias FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Procurar tener precios competitivos con relación a la competencia.</li> <li>➤ Ofertar cursos a fin de que situación económica del país no afecta la escuela de conducción.</li> <li>➤ Realizar una adecuada planificación de procesos a fin de limpiar imagen de la escuela de conducción.</li> </ul>  | <p style="text-align: center;"><b>Estrategias DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Motivar a colaboradores a través del plan de capacitación.</li> <li>➤ Incentivar la importancia del posicionamiento de la escuela de conducción.</li> <li>➤ Poseer varios materiales didácticos, a fin de entregar educación vial de calidad de acuerdo a la ley.</li> </ul>  |

**TABLA 13 MATRIZ DE PONDERACIONES FOFADODA**

|  |  | ESTRATEGIAS FO   |   |  |   |   | ESTRATEGIAS DO   |  |   |  |   |       |
|--|--|--|---|--|---|---|--|--|---|--|---|-------|
| 0 Ninguno<br>1 Muy débil<br>2 Débil<br>3 Mediana<br>4 Fuerte<br>5 Muy Fuerte |  | Incentivar la buena imagen institucional ayuda a que la escuela de conducción sea preferida para clientes. | Incentivar La calidad de servicio ayuda a tener buena imagen institucional. | Incentivar administración responsable a fin de estar acorde a las leyes vigentes | Procurar el buen manejo financiero, a fin de obtener una economía estable dentro de la institución. | Realizar contratación de personal adecuado a fin de tener egresados satisfechos | Incentivar la capacitación de colaboradores a fin de mantener la buena imagen institucional. | Diseñar plan estratégico, a fin de aprovechar la demanda de necesidad por parte de clientes. | Realizar gestiones pertinentes a fin de obtener permiso de otorgar licencias de conducir profesionales. | Realizar auditoría interna y externa a fin de descartar desfalcos dentro de la | Aumentar personal calificado para tener egresados satisfechos | TOTAL |
| ESTRATEGIAS FA   | Procurar tener precios competitivos con relación a la competencia.   | 5  | 5   | 5  | 5   | 5   | 5  | 5  | 5   | 5  | 5   | 50    |
|  | Ofertar cursos a fin de que situación económica del país no afecta la escuela de conducción.   | 4  | 3   | 4  | 2   | 5   | 4  | 4  | 4   | 3  | 3   | 36    |
|  | Realizar adecuada planificación de procesos a fin de limpiar imagen de la escuela de conducción  | 3  | 2   | 4  | 4   | 4   | 4  | 5  | 5   | 5  | 5   | 41    |
|  | Incentivar el buen manejo financiero y optimización de recursos a fin de que la situación económica del país no afecte a la escuela de conducción. | 5  | 3   | 5  | 5   | 5   | 4  | 4  | 5   | 5  | 3   | 44    |
|  | Aprovechar al máximo el buen trabajo en equipo a fin de incentivar las buenas interrelaciones interpersonales.                                     | 2  | 4   | 5  | 4   | 4   | 5  | 4  | 5   | 4  | 4   | 41    |
| ESTRATEGIAS DA   | Motivar a colaboradores a través del plan de capacitación.   | 5  | 5   | 4  | 5   | 3   | 5  | 5  | 5   | 4  |   | 41    |
|  | Incentivar la importancia del posicionamiento de la escuela de conducción.   | 4  | 5   | 3  | 4   | 4   | 5  | 5  | 4   | 4  | 4   | 42    |
|  | Obtener material didáctico, a fin de entregar educación vial de calidad de acuerdo a la ley.   | 5  | 5   | 5  | 3   | 5   | 4  | 4  | 4   | 4  | 5   | 44    |
|  | Disminuir los gastos inoportunos a fin de las crisis económicas del país no afecte la escuela de conducción  | 4  | 4   | 4  | 4   | 5   | 3  | 3  | 4   | 4  | 5   | 40    |
|  | Incentivar las buenas relaciones interpersonales dentro de la institución.   | 3  | 4   | 2  | 3   | 5   | 4  | 4  | 5   | 5  | 5   | 40    |
| <b>TOTAL</b>   |  | 40   | 40  | 41   | 39  | 45  | 43   | 43   | 46  | 43   | 39  | 419   |

**TABLA 14 CUADRO DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

| <b>Estrategia</b>  | <b>Objetivos estratégicos</b>               | <b>Ámbito</b>                |
|--|---|------------------------------|
| Incentivar la buena imagen institucional ayuda a que la escuela de conducción sea preferida para clientes. | Incentiva la buena imagen institucional     | Colaboradores e instructores |
| Incentivar la calidad de servicio ayuda para mantener buena imagen institucional.                          | Incentivar la calidad del servicio          | Colaboradores e instructores |
| Incentivar la capacitación de colaboradores a fin de mantener la buena imagen institucional.               | Incentivar la capacitación                  | Talento Humano               |
| Procurar tener precios competitivos con relación a la competencia.   | Procurar precios competitivos               | Comercialización             |
| Ofertar cursos a fin de que la situación económica del país no afecte a la Escuela de Conducción.          | Ofertar cursos promocionales                | Marketing                    |
| Motivar a los colaboradores a través de un plan de capacitación.   | Motivar a colaboradores                     | Talento humano               |
| Incentivar la importancia del posicionamiento de la escuela de conducción.                                 | Incentivar el posicionamiento de la empresa | Marketing                    |
| Diseñar un plan estratégico, a fin de aprovechar la demanda de necesidad por parte de clientes.            | Diseñar un plan estratégico                 | Administrativa               |

## **3.2 CONCLUSIONES**

- El análisis de la situación inicial, así como el FODA permitieron conocer el problema y las necesidades que poseían dentro de Troncab Cia. Ltda.
- Se ha establecido objetivos de este trabajo apegado a definir las necesidades y a la solución del problema de la escuela de conducción.
- Debido a la falta de un plan estratégico, siendo este un pilar fundamental para el desarrollo institucional se propone el diseño de un Plan Estratégico para la Escuela de Conducción Troncab Cia. Ltda.

## **3.3 RECOMENDACIONES**

- La escuela de conducción basada en la visión planteada dentro del plan estratégico se recomienda innovar sus servicios a fin de captar más clientes para su empresa.
- Mejorar e innovar su infraestructura y su parque automotor a fin de brindar servicios de calidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abascal Rojas, F. (2000). *Cómo se hace un plan estratégico: modelo de desarrollo en una empresa*. Madrid: ESIC.
- Avila Baray, H. L. (1999). *Introducción a la Metodología de la Investigación*.
- Bailón Agila, V. M. (2011). *Dspace*. Recuperado el 2016, de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2396/1/TESIS%20POR%20ENTREGRA%20VMBA..pdf>
- Castellanos Cruz, R. (Noviembre de 2016). *EUMED*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/345/Objetivos%20Estrategicos.htm>
- Cisneros Icaza, G. M. (2015). *Repositorio UTEQ*. Recuperado el 2016, de <http://repositorio.uteg.edu.ec/bitstream/43000/801/1/T-UTEQ-0063.pdf>
- Dumorné, K. (2011). *EUMED*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1348/planificacion-estrategica.html>
- Gomez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Argentina: Brujas.
- Lerma, & Bárcena. (2012). *Planeación Estratégica por Áreasales*. México: Grupo.
- Lozada, H. (Junio de 2010). *Planificación Estratégica*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de <http://goyoplan701.blogspot.com/2010/06/ventajas-y-desventajas-de-la.html>
- Martinez Pedros, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). *Introducción al plan estratégico*. Diaz Santos.
- Prieto Herrera, J. E. (2012). *Gestión Estratégica Organizacional*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Reuven, L. (26 de noviembre de 2013). *Emprendices*. Recuperado el 22 de noviembre de 2016
- Rios Ramos, F. (7 de Enero de 2010). *Tips para el crecimiento organizacional, profesional y personal*. Recuperado el 22 de 11 de 2016, de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/perfil/2010/01/07/importancia-del-plan-estrategico/>
- Rodriguez Mogel, E. (2003). *Metodología de la Investigación*. Villa Hermosa: Universidad Juarez.

Sainz de Vicuña Ancín , J. M. (2015). El plan estratégico en la práctica. Madrid: ESIC .

Summers, D. (2006). Administración de la calidad. Pearson.

Toro Jaramillo, I. D. (2006). Método y conocimiento Metodología de la investigación. Colombia: Universidad EAFIT.

Torres Hernandez, Z. (2014). Administración Estratégica. México:. México.

Veintimilla Apolo, M. F. (2014). *Dspace*. Recuperado el 2016, de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6922/1/Mar%C3%ACa%20Fernanda%20Veintimilla%20Apolo.pdf>

Zambrano Barrios, A. (2006). Planificación Estratégica.- Presupuesto y control de la gestión pública. Montalban: Texto C.A.

## ANEXOS



### Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TRABAJO FINAL JORGE TUQUINGA.docx (D24290420)  
**Submitted:** 2016-12-13 02:03:00  
**Submitted By:** jorgeluis-4-90@hotmail.com  
**Significance:** \* 7 %

#### Sources included in the report:

PRO GISELA CISNEROS.pdf (D14901567)  
<http://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43C00/801/1/T-UTEQ-0063.pdf>  
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2396/1/TESIS%20POR%20ENTREGRA%20VMBA..pdf>  
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/6922/1/Mar%C3%ACa%20Fernanda%20Veintimilla%20Apolo.pdf>

#### Instances where selected sources appear:

6

*Jiana de la Cruz*

## AUTORIZACIÓN

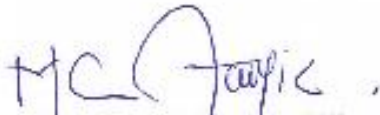
Yo, **MARIA EUGENIA CABRERA VÉLEZ** con cedula de identidad **0301642351**  
Representante Legal de la "Escuela de Conducción TRONCAB CIA LTDA"  
ubicado en las calles Av. 9 de octubre y Olmedo

Me place concederle a la Sr. **JORGE LUIS TUQUINGA CONSTANTE** con  
cedula de identidad **0929213379**, estudiante **Egresado de la Universidad**  
**Estatad de Milagro** en la carrera de Ingeniería Comercial, la **AUTORIZACIÓN**  
de obtener información que le permita desarrollar su proyecto de trabajo de fin  
de carrera.

El estudiante antes mencionado ha decidido visitar nuestras instalaciones con el  
fin de obtener datos reales que le permita desarrollar con mayor eficiencia su  
trabajo de fin de carrera.

Por la atención a la presente, me suscribo de Usted, no sin antes reiterarle mis  
altos sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,



Ing. María Eugenia Cabrera Vélez.  
REPRESENTANTE LEGAL DE LA ESCUELA TRONCAB  
C.I. 0301642351

RUC: 0991007012001  
Escuela de Conductores



DIRECCION: AV. 9 DE OCTUBRE Y OLMEDO  
TELF. 2971833 - CEL. 0990420120  
MILAGRO - ECUADOR







**Encuesta dirigida a colaboradores de la Escuela de Conducción  
TRONCAB Cia. Ltda.**

**1 ¿Conoce si en la actualidad la empresa Troncab, tiene un plan estratégico?**

Si ( )

No ( )

**2 ¿Cuál es su nivel de instrucción?**

Primario ( )

Secundario ( )

Técnico ( )

Superior ( )

Ninguno ( )

**3 ¿Qué tiempo labora en la empresa Troncab?**

1 a 3 años ( )

4 a 6 años ( )

7 a 9 años ( )

**4 ¿Qué cargo desempeña en la empresa Troncab?**

Secretaria ( )

Contadora ( )

Recursos Humanos ( )

Personal de Conducción ( )

**5 ¿Conoce la misión de la empresa?**

SI ( )

NO ( )

**6 ¿Conoce visión de la empresa?**

SI ( )

NO ( )

**7 ¿Ha recibido capacitación por parte de la empresa Troncab para el desarrollo de sus actividades, en el caso de haber recibido indique en qué áreas?**

Atención al cliente ( )

Relaciones Humanas ( )

Paquetes Informáticos ( )

Ninguno ( )

**8 ¿Conoce la estructura orgánica de la empresa Troncab?**

Si ( )

No ( )

**9 ¿Cómo califica usted a la empresa Troncab en cuanto al servicio que ofrece?**

Muy buena ( )

Buena ( )

Regular ( )

Mala ( )

**10 ¿Conoce Ud. ¿Cuáles son y objetivos empresariales de la empresa Troncab?**

Si ( )

No ( )

## **PLAN ESTRATÉGICO**

### **Misión**

Somos una institución identificada por el compromiso de capacitar y formar a futuros conductores con responsabilidad propendiendo un estudio orientado al progreso personal e institucional.

### **Visión**

Ser una institución reconocida a nivel provincial por su alta calidad de servicio que forma conductores con ética profesional.

### **Valores Corporativos**

- **Responsabilidad.-** Proveer bienestar y desarrollo a todos los clientes y entre colaboradores de la institución, buscando siempre el desarrollo institucional.
- **Honestidad.-** cada colaborador y profesional del volante de ser decente recatado, razonable y justo.
- **Compromiso.-** Cada colaborador y profesional del volante debe ser leal con la misión de la institución y su objetivo siempre debe ser la visión.
- **Trabajo en equipo.-** dentro de la institución se actúan en unidad, sabiendo que el trabajo en equipo aumenta los resultados de cualquier labor.
- **Integridad.-** Las acciones, decisiones y resultados están siempre enmarcados en la legalidad, oportunidad y ética.

### **Objetivo 1**

Incentivar la buena imagen institucional ayuda a que la escuela de conducción sea preferida para clientes.

### **Estrategia**

- Ser la Escuela de Conducción de mayor aceptación por parte de los clientes.

- Concientizar a colaboradores a fin de mantener la buena imagen institucional.

### **Indicador**

Número de personas que prefieren a la escuela de conducción Troncab; De las 17000 personas que aproximadamente tiene el cantón Milagro, considerando personas de 18 años de edad en adelante, un aproximado de 15000 personas serán nuestros posibles clientes y será preferida por cada uno de ellos.

### **Meta**

Lograr que la escuela de conducción muestre buena imagen institucional con los servicios brindados dentro de ella, siendo principalmente la número uno en Milagro, abarcando el 20 % de la población milagreña anualmente, es importante recalcar que este objetivo debe ser a corto plazo, y que el 2018 sea la preferida por la población milagreña.

### **Objetivo 2**

Incentivar La calidad de servicio ayuda para mantener buena imagen institucional.

### **Estrategia**

Luego del diseño del plan estratégico socializar con los colaboradores de la institución a fin de que la misión, la visión y los objetivos estratégicos sean su eje para realizar su labor y conseguir alta calidad de los servicios.

### **Indicador**

Número de personas que reconocen a la Escuela de conducción Troncab; Ser reconocida por el 80 % de la población sobre el total que es 100% que equivale a 136000 personas del total de la población aproximadamente.

### **Meta**

Ser reconocida por su alta calidad de servicio, abarcando el reconocimiento del 80% de la población hasta mediados del 2018.

### **Objetivo 3**

Incentivar la capacitación de colaboradores a fin de mantener la buena imagen institucional.

### **Estrategia**

Capacitar a conductores, secretaria, personal a cargo de atención al cliente y relaciones humanas, anualmente.

### **Indicador**

Número de colaboradores capacitados; Que los 8 colaboradores que laboran actualmente en las empresas sean capacitados.

### **Meta**

Que el 100 % de colaboradores sean capacitados a un corto plazo, significando que para el año 2018, no exista 1 solo colaborador sin ser capacitado.

### **Objetivo 4**

Procurar tener precios competitivos con relación a la competencia.

### **Estrategia**

Realizar una encuesta a 200 personas mayores de 18 años a fin de conocer los precios que estén dispuestos a pagar por concepto de obtención de licencia, así como hacer un benchmarking para conocer el precio de la competencia.

### **Indicador**

Número de personas encuestadas; Realizar las encuestas de 200 personas que equivalen al 11% de la población aproximadamente, a fin de saber opiniones acerca de los precios.

**Meta**

Lograr que la escuela de conducción TRONCAB sea competitiva al 100% con relación a la competencia hasta el año 2018.

**Objetivo 5**

Ofertar cursos a fin de que la situación económica del país no afecte la escuela de conducción.

**Estrategia**

Ofertar cursos, con descuento del 10% por temporada navideña.

**Indicador**

Número de veces que la economía ecuatoriana afecta a la economía de la escuela de conducción; que la economía de la escuela de conducción este estable frente a la crisis económica, a fin de que no afecta a la empresa.

**Meta**

Evitar que el 99% de la crisis económica del país afecte a la Escuela de Conducción, ya que el 2017 es un año difícil, y la misma logre sobresalir a pesar de una crisis económica fuerte.

**Objetivo 6**

Motivar a colaboradores a través del plan de capacitación.

**Estrategia**

Realizar un focus group para revisar las necesidades y la situación interna de la Escuela de Conducción que afecte a la desmotivación de los colaboradores, y de esta manera realizar una campaña de motivación interna para colaboradores, aumentando las interrelaciones personales.

**Indicador**

Número de colaboradores motivados dentro de la empresa; De los 8 colaboradores alcanzar la motivación del 100% del personal.

**Meta**

Aumentar el 100% de nivel de motivación de colaboradores, en lo que resta del 2016, y los siguientes años 2017,2018 se logre aumentar el nivel de motivación dentro de la empresa.

**Objetivo 7**

Incentivar la importancia del posicionamiento de la escuela de conducción.

**Estrategia**

Promocionar a la escuela de conducción a través de redes sociales, cuñas radiales, propagandas impresas en camisetas, llaveros, esteros, en autos.

**Indicador**

Número de personas que conozca de la calidad del servicio de la escuela de conducción; que el 100% de la población conozca a la Escuela de Conducción Troncab y su calidad de servicio hacia la comunidad, posicionando en cada mente de los pobladores.

**Meta**

Posicionar en primer lugar de manera masiva en el mercado a la escuela de conducción Troncab; siendo que hasta el año 2018 la escuela de conducción se posicione en primer lugar no solo en el Cantón, sino también a nivel Provincial.