



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS-
PERSONAL**

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA FOMENTAR UN CLIMA
LABORAL ADECUADO EN LACOOPERATIVA DE TAXIS “BAKKER
DOS” EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración de Recursos Humanos**

AUTOR: GISELL GABRIELA REINA MONTENEGRO

DIRECTOR: Alex Jesús Maldonado Godoy

Quito, 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de Mayo de 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) REINA MONTENEGRO GISELL GABRIELA de la carrera de ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS - PERSONAL cuyo tema de investigación fue: DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA FOMENTAR UN CLIMA LABORAL ADECUADO EN LA COOPERATIVA DE TAXIS BAKKER DOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2017 una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ING. MALDONADO ALEX
Tutor del Proyecto



ING. TORO CRISTIAN
Lector del Proyecto



ING. FRANKLIN CEVALLOS
Director de Escuela



ING. GIOVANNI URBINA
Coordinador de la Unidad de Titulación

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, GISELL GABRIELA REINA MONTENEGRO, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad



GISELL GABRIELA REINA MONTENEGRO

C.C: 040122819-2

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, GISELL GABRIELA REINA MONTENEGRO portador de la cédula de ciudadanía asignada con el No. 040122819-2 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA FOMENTAR UN CLIMA LABORAL ADECUADO EN LA COOPERATIVA DE TAXIS “BAKKER DOS” EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2018 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

(Firma)



Gisell Gabriela Reina Montenegro

C.C: _____

Quito, 22/03/2018

DEDICATORIA

Mi proyecto va dedicado con mucho amor a mi familia, en especial a mi mamá por todo el apoyo en el transcurso de mi carrera y la elaboración de mi tesis, ya que son el motor principal, el pilar de mi vida para seguir adelante día a día.

Gracias a ellos, no hubiera logrado esta meta

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a Dios por brindarme la salud y poder cumplir mi Objetivo.

A mis docentes, personas que con su sabiduría y gran corazón se han esforzado por ayudarme a llegar a este punto en donde me encuentro.

A mi hija Katalina Bolaños que, a pesar de ser tan pequeña, con su cariño me daba fuerzas para salir adelante y esforzarme día a día.

A mi madre Mary Montenegro por el apoyo durante mi carrera de estudios y porque sin su ayuda esto no hubiese sido posible

INDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	II
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
INDICE GENERAL	VI
ÌNDICE DE TABLAS.....	IX
ÌNDICE DE FIGURAS.....	XI
INDICE DE ANEXOS	XII
RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT	XIV
CAPITULO 1.....	1
ANTECEDENTES	1
1.01 CONTEXTO	1
1.01.01 Macro.....	1
1.01.02 Meso	3
1.01.03 Micro	6
1.02 JUSTIFICACIÓN	7
1.03 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL (MATRIZ T).....	8
1.03.01 Análisis de la matriz T	9
CAPÍTULO II	11
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	11
2.01 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	11
CAPÍTULO III.....	14
PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....	14

3.01 ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	14
3.01.02 Análisis del Árbol de Problemas	14
3.02 ÁRBOL DE OBJETIVOS	15
3.02.01 Análisis del Árbol de Objetivos.....	17
CAPÍTULO IV	18
ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....	18
4.01 MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....	18
4.02 MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS	18
4.03 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	20
4.03.01 Análisis del Diagrama de Estrategias	20
4.04 MATRIZ DE MARCO LÓGICO (MML).....	21
4.05 MATRIZ DE MARCO LÓGICO (MML).....	21
CAPÍTULO V.....	23
PROPUESTA.....	23
5.01 ANTECEDENTES	23
5.02 METODOLOGÍA DE LA PROPUESTA	39
5.02.01 Planteamiento del problema.....	39
5.02.02 Metodología de la investigación	44
5.02.03 Recolección de datos.....	45
CAPÍTULO VI.....	84
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	84
6.01 RECURSOS HUMANOS	84
6.02 RECURSOS AUDIOVISUALES.....	84
6.02 PRESUPUESTO.....	85
6.01 CRONOGRAMA	86

CAPÍTULO VII.....	87
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
7.01 CONCLUSIONES.....	87
7.01 RECOMENDACIONES.....	88
BIBLIOGRAFIA.....	89
ANEXOS.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis Macro	2
Tabla 2 Indicadores del clima organizacional	3
Tabla 3 Indicadores de desempeño laboral	4
Tabla 4 Población.....	46
Tabla 5 Modelo de encuesta	47
Tabla 6 ¿Usted se siente motivado al trabajar y formar parte de la cooperativa “BAKKER DOS”?	48
Tabla 7 ¿La satisfacción del cumplimiento de sus resultados es la correcta? ...	50
Tabla 8 ¿Su comportamiento al realizar las tareas asignadas es el correcto? ..	51
Tabla 9 ¿Cree que la organización de la cooperativa es la mejor?	52
Tabla 10 ¿Los resultados obtenidos por la cooperativa cree que son óptimos? ..	53
Tabla 11 ¿Cree usted que con nuevas estrategias el clima laboral mejoraría? ..	54
Tabla 12 ¿Cree que la organización necesita trabajar en equipo de manera efectiva?.....	55
Tabla 13 ¿Le gustaría formar parte de un plan que mejore su clima laboral? ..	56
Tabla 14 ¿Le gustaría mejorar el cumplimiento de sus objetivos personales con la participación activa del cumplimiento de un plan?	57
Tabla 15 ¿Cree que la cooperativa de taxis BAKKER DOS necesita de un plan estratégico para mejorar su productividad?	58
Tabla 16 Foda	62
Tabla 17 Fortalezas	66
Tabla 18 Fortalezas	67
Tabla 19 Oportunidades	67
Tabla 20 Oportunidades	68
Tabla 21 Debilidades.....	68
Tabla 22 Debilidades.....	69

Tabla 23 Amenazas	69
Tabla 24 Amenazas	70
Tabla 25 Factores internos	71
Tabla 26 Factores Externos.....	72
Tabla 27 Material Foda	73
Tabla 28 Plan de acción	83
Tabla 29 Suministros y materiales.....	85
Tabla 30 Cronograma.....	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Categorización de variables.....	41
Figura 2 Categorización de variables.....	44
Figura 3 Pregunta 1	48
Figura 4 Pregunta 3	50
Figura 5 Pregunta 3	51
Figura 6 Pregunta 4	52
Figura 7 Pregunta 5	53
Figura 8 Organigrama estructural.....	61
Figura 9 Paso 4: Evaluar el proceso y consolidar	74
Figura 10 Atención al cliente.....	75
Figura 11 Comunicación jefe empleado.....	75
Figura 12 Sistema de comunicación	76
Figura 13 Segmentación del mercado	77
Figura 14 Segmentación del mercado	78
Figura 15 Sistema de plan de motivación	79
Figura 16 Plan de motivación	79

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Apéndice A (Matriz “T”).....	95
Anexo 2 Apéndice B (Mapa de involucrados).....	96
Anexo 3 Apéndice C (Matriz de análisis de involucrados).....	97
Anexo 4 Apéndice D (Árbol de problemas)	98
Anexo 5 Apéndice E (Árbol de objetivos)	99
Anexo 6 Apéndice F (Matriz de análisis de alternativas)	100
Anexo 7 Apéndice G (Matriz de análisis de impacto de objetivos).....	101
Anexo 8 Apéndice H (diagrama de estrategias)	102
Anexo 9 Apéndice I (Matriz del marco lógico).....	103

RESUMEN

El siguiente proyecto de titulación se lo realiza en la Cooperativa de taxis “Bakker Dos”, ubicado en la Provincia de Pichincha, cantón Quito, su actividad económica principal es brindar transporte privado al cliente; la siguiente propuesta tiene como objetivo fortalecer las relaciones laborales, crear canales de comunicación organizacional, y nuestra misión principal es priorizar el bienestar laboral de los socios y colaboradores de la cooperativa ya que de esta manera podrán prestar mejor atención a los clientes.

La implementación de un plan estratégico en la cooperativa de taxis “BAKKER DOS” contribuye a la mejora continua del clima laboral, propone cambios positivos en la calidad de trabajo diario de los socios y colaboradores, mejorando el compromiso de cada uno de los miembros laborales hacia la misma.

Entre los principales objetivos estratégicos tenemos el motivar al trabajo diario de calidad a los socios y colaboradores para mejorar el clima laboral dentro de la empresa y su incidencia en el crecimiento óptimo de la cooperativa de taxis “BAKKER DOS” como una institución competitiva dentro del mercado actual de la ciudad de Quito.

ABSTRACT

The following titling project is carried out in the "Bakker Dos" taxi cooperative, located in the Province of Pichincha, canton Quito, its main economic activity is to provide private transportation to the client; The following proposal aims to strengthen labor relations, create channels of organizational communication, and our main mission is to prioritize the work well-being of the cooperative's partners and collaborators, since this way they will be able to provide better customer service.

The implementation of a strategic plan in the taxi cooperative "BAKKER DOS" contributes to the continuous improvement of the work climate, proposes positive changes in the quality of daily work of the partners and collaborators, improving the commitment of each of the working members towards the same.

Among the main strategic objectives we have to motivate the daily work of quality to the partners and collaborators to improve the work climate within the company and its incidence in the optimal growth of the taxi cooperative "BAKKER DOS" as a competitive institution within the market current of the city of Quito.

CAPITULO 1

ANTECEDENTES

1.01 Contexto

1.01.01 Macro

El Ecuador en la actualidad busca mejorar el clima laboral de las entidades públicas y privadas dentro de un proceso de cambio para llegar a la excelencia. Sencillamente porque cuando existe un buen clima laboral todo mejora, caso contrario, los procesos de la entidad y las relaciones entre colaboradores se bajan. (ANDES, 2018)

El clima constituye uno de los factores determinantes de los procesos organizativos de gestión, cambio e innovación. Adquiere importancia por su influencia inmediata tanto en procesos como en resultados lo cual incide en el buen desempeño organizacional y en la calidad del propio sistema. Posee un poderoso influjo sobre la motivación, el compromiso, la creatividad y el desempeño de las personas y los equipos de trabajo. Un buen clima favorece la actitud de la gente para enfrentar situaciones de incertidumbre, minimizándose las implicaciones negativas, propias del proceso de cambio, sobre la eficiencia organizacional. (Caira, 2015)

En el siguiente cuadro podemos ver y analizar ciertos puntos como:

Tabla 1 Análisis Macro

ESTADISTICO DESCRIPTIVO			
No. PREGUNTA	VARIABLE	MEDIA	%
1	Satisfacción ambiente físico	3,25	65,00%
2	Satisfacción estabilidad	2,66	53,13%
3	Satisfacción relación compañeros	4,22	84,38%
4	Satisfacción gerenciar Jefe	2,94	58,75%
5	Satisfacción remuneración unificada	3,16	63,13%
6	Satisfacción relación interpersonal Jefes	3,66	73,13%
7	Satisfacción estilo liderazgo	3,16	63,13%
8	Satisfacción autonomía	3,59	71,88%
9	Satisfacción responsabilidad	3,78	75,63%
10	Satisfacción oportunidad para mostrar habilidades	3,56	71,25%
11	Satisfacción tiempo jornada	4,38	87,50%
12	Satisfacción varias funciones	3,59	71,88%
13	Satisfacción reconocimiento	2,81	56,25%
14	Satisfacción promoción o ascensos	2,38	47,50%
15	Satisfacción atención a sugerencias	2,94	58,80%

<https://www.slideshare.net/ElianaCairaMamani/clima-laboral-62408086>

Los resultados obtenidos determinan en las variables analizadas respecto a los factores higiénicos una satisfacción laboral promedio de 65,80% y en relación a los factores motivacionales un promedio de 67,58%, teniendo un promedio general de 66.75% lo que nos da a entender que todavía existe cierta parte de la población que se encuentra laborando hoy en día cierta inconformidad con las empresas a cuáles pertenecen por la situación del clima laboral.

Se considera que en el Ecuador no existe un seguimiento al clima laboral de las empresas debido que no tienen herramientas ni procesos establecidos para un buen manejo adecuado de las relaciones interpersonales dentro de la empresa, por lo que desemboca en falta de información de las jefaturas y una línea directa con los empleados.

Cuando los trabajadores se encuentran satisfechos y con un excelente ambiente laboral dentro de la empresa se ve reflejado en su desempeño diario y en la comunicación entre sus compañeros.

1.01.02 Meso

En La provincia de Pichincha Cantón Quito, el clima laboral es un tema de gran importancia hoy en día para todas las empresas. Organizaciones y en especial para los gobiernos Autónomos Descentralizados, los cuales a través del Gobierno Ecuatoriano buscan un continuo mejoramiento del ambiente de trabajo, con el fin de mejorar sus servicios sin descuidar al recurso, debido a que la relación entre el personal, la comunidad y la empresa pueden ser un vínculo o un obstáculo para el desarrollo de la misma y del recurso humano.

Como podemos observar en el siguiente cuadro:

Tabla 2 Indicadores del clima organizacional

Tabla N° 48 Indicadores del Clima Organizacional

DIMENSIONES	TOTAL PUNTOS POR DIMENSIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE OBTENIDO	Estado Crítico 0 - 20%	Estado Bajo 21 - 40%	Estado Medio 41 - 60%	Estado Alto 61 - 80%	Estado Optimo 81 - 100%
INDICADOR RELACIONES INTERPERSONALES Y DE MI TRABAJO	690	2006	59			X		
INDICADOR RECONOCIMIENTO DE LOGROS	200	569	56,9			X		
INDICADOR ACTIVIDADES LABORALES	200	639	63,9				X	

Fuente: <http://www.monografias.com/diagnostico-intervencion-clima-organizacional/diagnostico/>

Como se puede observar en el indicador de relaciones interpersonales y del trabajo presenta un porcentaje del 59.00%, por lo que se encuentra en estado de deterioro, y se debe analizar los puntos estratégicos para mejorar las situaciones que se están presentando y mejorar la situación actual.

El puntaje del indicador de reconocimiento de logros presenta un porcentaje del 56.90% lo que indica que se encuentra en un estado de deterioro por lo que se debe realizar un estudio sobre como los jefes pueden contribuir para mejorar el sistema de reconocimientos de logros, con el fin de mantener a sus trabajadores satisfechos. Los resultados obtenidos demuestran que el indicador de actividades laborales presenta un porcentaje del 63.90% lo que indica que está en estado alto, por lo que se debe identificar las falencias para implementar planes estratégicos que conlleven al desarrollo de un óptimo clima organizacional entre los trabajadores. (Castillo, 2014)

Tabla 3 Indicadores de desempeño laboral

Tabla N° 50 Indicadores del Desempeño Laboral

DIMENSIONES	TOTAL PUNTOS POR DIMENSIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE OBTENIDO	Estado Crítico 0 - 20%	Estado Bajo 21 - 40%	Estado Medio 41 - 60%	Estado Alto 61 - 80%	Estado Optimo 81 - 100%
INDICADOR SATISFACCIÓN LABORAL	240	762	63,5				X	
INDICADOR OBJETIVOS INSTITUCIONALES	120	374	62,33				X	
INDICADOR AMBIENTE FÍSICO Y PSICOLÓGICO	320	320	20		X			
TOTAL CLIMA ORGANIZACIONAL Y DESEMPEÑO LABORAL			MEDIA 54,27%					

Fuente: <http://www.monografias.com/diagnostico-intervencion-clima-organizacional/diagnostico/>

En el indicador de Satisfacción Laboral señala un porcentaje del 63.50% por lo que se encuentra en un estado alto, el mismo que debe ser analizado para identificar los errores que contribuyan al desarrollo de acciones que generen un óptimo clima en la institución.

Los resultados obtenidos indican que el indicador de objetivos institucionales se presenta un porcentaje del 62.33% demostrando que no se está cumpliendo con los objetivos al ciento por ciento, y que se debe mejorar en todos los aspectos ya

mencionados con el fin de contar con un personal motivado que cumpla con su trabajo de manera eficiente y eficaz.

Los resultados obtenidos demuestran que el indicador de ambiente físico y psicológico presenta un porcentaje del 20.00%, lo que indica que está en estado bajo por lo que se debe poner atención a este indicador ya que de no mantener a los trabajadores con los recursos e instrucción necesaria puede generar un nivel de satisfacción y desempeño no apropiado.

En general se puede decir que el sumatorio total de los resultados obtenidos del análisis de los indicadores demuestran una media de 54.27% lo que demuestra que la situación actual presenta un nivel promedio por tanto es necesario implementar planes de acción a corto plazo que contribuya al adecuado desarrollo de un clima organizacional proporcionando los recursos necesarios con el fin de mejorar el ambiente laboral en las instituciones a nivel de Pichincha.

El desarrollo organizacional se ha constituido en el instrumento por excelencia para el cambio, en busca del logro de una mayor eficiencia organizacional.

En comparación con otras empresas, la cooperativa de taxis Baker Dos de Quito tiene claro conocimiento que el estudio del clima laboral, mejora el desempeño y sus beneficios correspondientes, este tema de gran importancia se lo ha tomado como una prioridad principal para fomentar el desarrollo organizacional y el mejoramiento de las relaciones laborales , actualmente el factor productivo es aumentar su rendimiento y el bienestar del grupo humano, pues esto puede marcar la

diferencia para que la empresa se presente ante los socios como una empresa de calidad basada en el buen desempeño del personal. (Castillo, 2014)

1.01.03 Micro

Dentro de la cooperativa de taxis “BAKKER DOS” del Distrito Metropolitano de Quito actualmente se encuentra con conflictos laborales, escasa comunicación entre trabajadores socios y colaboradores de manera que se planteó un plan estratégico para fomentar un adecuado clima laboral que permitan desarrollar las relaciones interpersonales y así mejorar el ambiente laboral entre los socios y colaboradores de la organización.

Como se mencionó anteriormente, la presente investigación será tomada con toda la importancia que amerita el caso dentro de la cooperativa, el cual ayudará a enriquecer el clima laboral de los socios y colaboradores de la organización.

1.02 Justificación

Alcanzar un ambiente organizacional adecuado es un reto importante porque las tendencias apuntan hacia modelos de organización basados en equipos auto gestionados.

Con esta investigación queremos reforzar la calidad de los trabajadores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” para mejorar las relaciones interpersonales, así como su productividad y obtener un ambiente adecuado en el desempeño de sus funciones.

En la investigación se tratara aspectos que deberían ser considerados en el trabajo de los colaboradores, socios y administrativos porque condicionan fuertemente su éxito ya que se pretende conocer los factores del clima organizacional que influyen en el desempeño laboral de los trabajadores que impactan significativamente en su rendimiento, en llegar a conocer el trabajo en equipo y, la comunicación, en el liderazgo y fundamentalmente en la satisfacción laboral, y se lo realizara a través de un plan estratégico para fomentar un clima laboral adecuado que permita establecer alternativas de mejora para su inmediata atención.

El clima laboral no depende únicamente de las relaciones internas entre trabajadores, existen otros factores que influyen como las normas internas que maneja la empresa, la comunicación empresa - trabajador, la capacitación y el seguimiento que se brinde al trabajador según sus necesidades, las retribuciones y beneficios que se otorguen, etc.

Un mal clima laboral afecta el rendimiento de los trabajadores y por consecuencia afecta y disminuye la productividad o calidad del servicio. Es así que se realiza este trabajo para alcanzar los niveles de satisfacción, crecimiento profesional y personal en el personal con el fin de lograr la unión de todos los socios, colaboradores y administrativos de la empresa para desarrollar sistemas de gestión complementados en alcanzar los objetivos institucionales y personales para alcanzar mayor productividad y por ende mejorar las relaciones interpersonales de los trabajadores, también se desea alcanzar los objetivos institucionales y lograr una empatía y satisfacción tanto de los trabajadores como de los socios para alcanzar una institución participativa, dinámica con un excelente equipo formado por personas que se desarrollen en conjunto. Esta investigación es factible económica y administrativamente. Económica, porque será autofinanciada por el estudiante y administrativamente porque contamos con socios trabajadores y administrativos que apoyan al proyecto. El estudio es viable porque se emplearán instrumentos validados y la aplicación de los mismos. Cumpliendo así sistemáticamente los objetivos que serán planteados y comprobando una hipótesis establecida.

1.03 Definición del problema central (Matriz T)

El problema central está enfocado en facilitar el proceso investigativo, desarrollo e innovación que permita darle seguimiento y disminución al problema central propuesto dentro de la investigación.

Su énfasis está centrado en la orientación por determinar las fuerzas impulsadoras y las fuerzas bloqueadoras, la orientación hacia los grupos beneficiarios y facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas.

Matriz T

VER APENDICE A

1.03.01 Análisis de la matriz T

El ambiente que existe actualmente en la cooperativa de taxis Bakker dos, son las inadecuadas relaciones interpersonales que existe entre socios y colaboradores, la entorno que se debe mejorar es: un clima laboral armónico cálido optimizando la atención a los socios y futuros socios generando mayor eficiencia en la productividad de la cooperativa, la situación no sostenible implica perdidas económicas por la disminución de socios, clientes y personal.

Una de las fuerzas más importante y la que más atención se debe colocar es apoyar con la optimización del clima laboral e incrementar de manera objetiva la comunicación en los trabajadores de manera positiva, la comunicación entre los socios y colaboradores de la cooperativa, actualmente no existen herramientas que permitan mejorar el clima laboral, por otro lado, no se descarta encontrarse con socios y colaboradores con desinterés de integrarse y tener una amistad en la cooperativa.

Reasignar funciones del trabajador para que no existan tiempos muertos durante sus labores diarias y que estas sean aprovechadas al máximo en las funciones de cada colaborador, siempre en estos casos se dan los rumores por posibles ascensos, incrementos, chismes, generando incertidumbre en el entorno de la cooperativa.

Plantear la opción de un plan estratégico que fortalezca el clima laboral con el fin de motivar a los socios y colaboradores de la cooperativa en su desempeño diario, y funciones que sean asignadas, la no asignación del plan estratégico podría ser un factor determinante para que no se ejecute,

ocasionando conflictos internos por las discrepancias entre socios y colaboradores.

La implementación del plan estratégico que garantiza a los socios y colaboradores que estén más motivados y empoderados en el momento de ejercer sus labores asignadas, obtener como resultado un excelente clima laboral y buenas relaciones interpersonales entre compañeros de trabajo, estableciendo lazos de unión y compañerismo con el único propósito de cambiar la situación actual que está pasando la cooperativa.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01 Análisis de involucrados

El mapeo de involucrados, nos va ayudar a evaluar a todos los interesados que van hacer parte de nuestro proyecto, pueden ser estado, socios, empresas, comunidades, etc. Es la parte más importante para el desarrollo de la investigación.

De manera interna o externa van a estar vinculados con el plan estratégico que permita mejorar de manera exitosa el clima laboral.

Es el proceso de recopilación y análisis sistemático de información cualitativa de quienes debe ser tomado en cuenta al elaborar y poner en práctica una política o programa, en que las partes interesadas son todas las organizaciones que tiene interés en la propuesta que se está promoviendo. Es decir, consiste en identificar que grupos están involucrados con el problema que se desea solucionar o las instituciones que se quieren modificar. (GOMEZ, 2011)

Mapeo de involucrados

VER APENDICE B

Matriz de análisis de involucrados

VER APENDICE C

En esta matriz se define los involucrados con la intención de analizar la participación de los actores directos e indirectos sobre el problema central, intereses sobre el problema central, problemas percibidos, recursos, mandatos y capacidades, intereses sobre el proyecto, y posibles conflictos potenciales.

Como primer involucrado, el estado por medio del Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Pichincha (CTTP), cuyo interés sobre el problema central es asegurar un trabajo digno dentro de un clima laboral armónico dentro de la empresa con planes que esta dirigidos a la empresa uno de los problemas percibidos de la matriz es la no realización de inspecciones con frecuencia a la empresa tomando en cuenta el Plan Nacional del Buen Vivir el mismo, esto permitirá mejorar el clima laboral beneficiando a todo el personal y socios de la cooperativa.

Para los trabajadores es mejorar las relaciones interpersonales entre los miembros de la empresa para un mejor desempeño laboral, pero a su vez cuentan con recursos y mandatos como es el código de trabajo vigente. El interés sobre el proyecto es mantener buenas relaciones interpersonales fortaleciendo el crecimiento de la cooperativa porque el conflicto potencial que existe genera una alta rotación del personal disminuyendo la productividad de la cooperativa.

El cuarto involucrado que es la cooperativa quien pretende lograr mejores relaciones interpersonales con los socios y colaboradores, los problemas percibidos carencia en la autonomía de los trabajadores afecta las relaciones interpersonales en los colaboradores de la cooperativa, propone un plan estratégico para minimizar este

problema logrando un mejor rendimiento en las actividades y tareas para alcanzar los objetivos propuestas.

Otro de los involucrados es la comunidad cuyo interés sobre el problema central es captar una mayor cantidad de clientes a esto sumar una atención de calidad, este es uno de los principales motivos para mejorar el clima laboral debido a que un cliente satisfecho replica a más clientes. El beneficio sobre el proyecto es captar más clientes y tener convenio con empresas cercanas recomendándola y generando confianza en los futuros clientes, cuyo conflicto potencial es la baja atención que recibe por parte de los socios lo cual indica que existen problemas internos.

CAPÍTULO III

PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Árbol de Problemas

El árbol de problemas es una ayuda importante para entender la problemática a resolver. En él se expresan:

El secreto de un buen clima laboral depende básicamente de la actitud de los mandos para con el personal ya que el grado de satisfacción o rechazo de éste hacia la cooperativa, está en función de su relación con el jefe.

Árbol de Problemas

VER APENDICE D

3.01.02 Análisis del Árbol de Problemas

Se analiza el árbol de problemas la relación causas-efectos y se determina que el problema central es el inadecuado clima laboral entre los socios y trabajadores de la Cooperativa de Taxis BAKKER DOS de la ciudad de Quito.

Se realiza el análisis y refleja que la causa es la incorrecta comunicación y de la misma manera la escasa comunicación al personal es por ello que se percibe un

malestar dentro de la cooperativa ya que la comunicación es un pilar importante dentro de cualquier organización por ser esta responsabilidad de cada colaborador y socio de la Cooperativa de taxis BAKKER DOS.

Del mismo modo se ha verificado escasas capacitaciones sobre servicios que presta la Cooperativa de taxis BAKKER DOS de Quito.

Se constata que el problema central se deriva de las malas relaciones laborales e interpersonales entre los socios y trabajadores causadas por la mala comunicación, teniendo como efecto y ocasionando malestar y desconfianza con los trabajadores y clientes, la falta de comunicación podría dar lugar a la formación de bandos enemistados, el secretismo, los chismes y el rechazo hacia las figuras de autoridad, a su vez alta rotación al personal, con la inestabilidad e insatisfacción laboral y pérdida económica.

Es importante indicar que los efectos presentados en esta información se determinaron bajo el rendimiento de las actividades por la falta de comunicación e información no oportuna, deficiente capacitación de los servicios y en la realización de las actividades laborales en consecuencia, se dará paso al incumplimiento de las metas y objetivos perjudicando a la empresa con el bajo desempeño y detectando una actitud negativa en los colaboradores.

3.02 Árbol de Objetivos

VER APENDICE E

El estudio del clima organizacional aporta conocimientos fundamentales para la comprensión de las relaciones laborales y para la calidad y eficiencia de la acción organizativa. En estos dominios, la influencia de variables actitudinales, tales como la satisfacción laboral y, de ciertas variables personales, como la auto eficacia, pueden tener una acción preponderante sobre la interacción social que se desarrolla entre los distintos actores que componen las organizaciones y por ello, sobre los resultados obtenidos en el trabajo. (VEGA, 2012)

La aportación más relevante y convergente en estas investigaciones señala que es más probable obtener mejores resultados laborales en: alto desempeño, compromiso o cooperación, cuando las personas se sienten parte de un grupo de trabajo con un clima.

Organizacional satisfactorio, cuando perciben que tienen las competencias adecuadas para desarrollar su trabajo y cuando son recompensadas y reconocidas como agentes significativos de los resultados organizacionales. No sorprende entonces que, la relación de las variables organizacionales y personales esté representando una influencia relevante sobre la dinámica de la vida organizacional.

En este libro se desgranar cincuenta años de seguimiento científico sobre esta curiosa relación que se establece entre el clima organizacional y la satisfacción laboral que, aunque de un modo intuitivo pueda parecer obvia, adquiere matices diferentes, pertinentes todos ellos a la singularidad de los diferentes contextos organizativos. (Obelisco, 2012)

3.02.01 Análisis del Árbol de Objetivos

Según el análisis efectuado en medios-fines; se determina que el problema se da por la inexistencia de un plan estratégico dentro de la cooperativa la cual ayude a minimizar los conflictos interpersonales de los socios y colaboradores, por lo que se propone realizar canales de información oportuna y promover la comunicación asertiva, para así mejorar las relaciones interpersonales, la compañía debe dar atención especial a los procesos internos de comunicación. Los colaboradores y gestores se tienen que conocer mejor, relacionarse y ejecutar los proyectos juntos. Ese es el impulso que la entidad debe dar para que los propios socios y colaboradores puedan mejorar su relación en la Cooperativa de taxis Bakker dos de Quito.

Con el propósito de generar mejores relaciones interpersonales a fin de dar confianza a los colaboradores y fomentar la motivación económica, profesional y personal a trabajadores se concluye que existe aptitud de todo el personal de la cooperativa para generar mejoras continuas dentro la empresa, perfeccionando el liderazgo.

En conclusión, tiene como resultado final mejorar las relaciones interpersonales y de confianza en los colaboradores obteniendo un adecuado rendimiento personal y profesional en las tareas asignadas por la empresa al fin de obtener una satisfacción personal para toda la cooperativa

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01 Matriz de análisis de alternativas

La matriz de análisis de alternativas también llamado discusión de estrategias según la comisión europea es identificar posibles opciones, valorar sus posibilidades de ser llevados adecuadamente a la práctica y acordar una estrategia de proyecto. (Leon, 2012)

Matriz de análisis de alternativas

VER APENDICE F

4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

VER APENDICE G

El objetivo primordial de la matriz de análisis es diferenciar la situación personal y la laboral, para lograrlo existe una predisposición por mejorar las relaciones interpersonales a lo cual se da un valor de cinco 5; mientras que impacto de género está la igualdad entre compañeros/as con un valor de cuatro 4; dentro del impacto ambiental que se genera se tiene la adecuación del espacio físico que se le ha asignado un cinco 5; la excelencia está en contar con un clima laboral armónico al cual se le ha otorgado una valía de cuatro 4; la sostenibilidad es saber dialogar en ambos contextos; se ha cuantificado con un cinco 5; obteniendo un valor total de

veinte y tres que se ubica en una categoría es indicar el impacto del objetivo es relevante.

La factibilidad de lograrse está tener la disposición para controlarse, en el impacto de género se tiene el valorar y respetar a cada miembro familiar y trabajadores con una ponderación de cuatro 4; el impacto ambiental cuenta con un ambiente cálido y armónico para laborar con una ponderación de 4; la relevancia se muestra un equilibrio de emociones y palabras, siendo asignado cuatro 4, y con una sostenibilidad de obtener el control de los conflictos familiares en toda situación, como cuantía se otorga un cuatro 4; logrando un cuantía final de veinte que significa medio alto.

La factibilidad de conseguir a nivel de la reasignación de funciones es estar prestos a practicar un manejo de información clara y precisa, la misma que se la ha dado un cuatro 4; el impacto de género se brindara un trato cortes al socio interno y nuevos socios, calificación de cuatro 4; el impacto ambiental se contara con un apropiado clima laboral entre los trabajadores de la empresa asignándole una calificación de cuatro 4; la relevancia se cuenta con una mejora en el desempeño de los trabajadores al tener información efectiva, se le ha otorgado un valor de cuatro 4; la sostenibilidad se plantea dar seguimiento periódico sobre la comunicación en el equipo, ponderado con cuatro 4; consiguiendo un total 20 que vendría a ser medio alto.

Dentro de la factibilidad de conseguir se cuenta con un equipo familiar dispuesto al progreso de las relaciones familiares, ponderación con un cuatro 4; el impacto de género se pretende asegurar la permanencia laboral para los trabajadores, con un valor de cuatro 4; el impacto ambiental se tiene un clima laboral óptimo para desempeñar sus labores diarias, calificación de cuatro 4; la relevancia se encuentra

modernizar las relaciones familiares y laborales, optimizando el clima organizacional, lo cual ha sido asignado con un cuatro 4; la sostenibilidad exige un análisis semestral del proceso de mejora del clima laboral con cuatro 4; todas estas calificaciones dan como resultado un valor de veinte 20 que es medio alto.

En su totalidad los objetivos nos manifiestan un valor 86; cabe indicar que la calificación obtenida del análisis de impacto nos muestra que el impacto causado por los objetivos planteados es satisfactorio para el desarrollo del clima laboral.

4.03 Diagrama de estrategias

VER APENDICE H

4.03.01 Análisis del Diagrama de Estrategias

El objetivo principal es realizar varias actividades para disminuir la comunicación y eliminar la línea de tendencia entre directores, jefes y trabajadores; desarrollar actividades de integración entre trabajadores y familiares, capacitar a los trabajadores con temas que estén acorde a sus funciones asignadas; estos objetivos facilitarían el cumplir de las relaciones interpersonales.

Capacitar constantemente a los trabajadores, la comunicación asertiva es una estrategia para generar un excelente clima laboral, realizar dinámicas sobre la afectación de la mala comunicación en la empresa; ayudará a promover la comunicación entre los miembros familiares y trabajadores.

Los procesos de la empresa, las relaciones debilitan a los trabajadores, por lo que se generara relaciones interpersonales excelentes.

Hoy en nuestro país lo del clima laboral no se toma como una moda moderna sino más bien es algo productivo para la empresa ya que los trabajadores cada vez pasan más tiempo en su lugar de trabajo, que en su casa por eso mientras menos tiempo de adaptación es mejor.

4.04 Matriz de Marco Lógico (MML)

De acuerdo a la compañía (División de Control de Gestión, 2013, pág. 48) nos indica:

El marco lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su propósito es brindar estructura al proceso de planificación y comunicar información esencial relativa al proyecto. Puede utilizarse en todas las etapas de preparación del proyecto: programación, identificación, orientación, análisis, presentación ante los comités de revisión, ejecución y evaluación ex-post.

Matriz de Marco Lógico (MML)

VER APENDICE I

4.05 Matriz de Marco Lógico (MML)

El marco lógico está compuesto de varios indicadores, medios de verificación y supuestos. El propósito es mantener las relaciones interpersonales acordes a las políticas internas de la cooperativa, resguardar los beneficios de los socios y colaboradores; el crecimiento de las relaciones interpersonales entre socios y colaboradores y el adecuado clima laboral.

El indicador del propósito cuenta con la reducción de conflictos familiares, medios de verificación existe un incremento de pertenencia a la cooperativa y progresión en la conciliación familiar; con respecto a los supuestos la empresa considera la propuesta de mejorar el clima laboral y las relaciones familia-colaborador.

Los indicadores utilizados para el primer componente que es el diferenciar la situación entre el hogar y la empresa puesto que antes de ejecutar el primer componente el ambiente de trabajo se veía relacionado con problemas personales.

Los miembros familiares, la familia y trabajadores no contaban con una comunicación asertiva.

Por su parte como supuestos de la cooperativa considera necesario invertir en planes estratégicos constantes para contar con una comunicación asertiva para el bien común de la misma y sus colaboradores.

Las actividades que se tiene en el resumen del presupuesto son equipos de computación, suministros de oficina e investigaciones de campo; los medios de verificación son los datos obtenidos durante el levantamiento de información realizada en la cooperativa “BAKKER DOS”.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.01 Antecedentes

Fue fundada en Quito como Federación Nacional de Cooperativas de Transporte en Taxis del Ecuador, FEDETAXIS, creada por el Ministerio de Previsión Social y Trabajo, mediante Acuerdo Ministerial N° 2633 del 10 de septiembre de 1971. Reformado su Estatuto con Acuerdo Ministerial N° 00630 del Ministerio de Bienestar Social y Promoción Popular, con fecha 12 de marzo del 2002. Transformada en Federación Nacional de Operadoras en Transporte en Taxis del Ecuador, FEDOTAXIS, mediante Acuerdo Ministerial N° 028 del Ministerio de Transporte y Obras Públicas, con fecha 11 de agosto del 2010.

La Federación Nacional de Operadoras de Transporte en Taxis del Ecuador, FEDOTAXIS, es un organismo de integración exclusivamente de personas jurídicas, cooperativas y compañías, de taxis que tienen un permiso de operación o habilitación otorgado por autoridad de transporte competente y que se encuentran legalmente establecidas en el país.

Estas cooperativas y compañías se denominan operadoras, según el Art. 77 de la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, y son afiliadas como socias de FEDOTAXIS, en su calidad de personas jurídicas. (FEDETAXIS, www.fedetaxisecuador.com, 2014)

La Federación Nacional de Operadoras de Transporte en Taxis del Ecuador, FEDOTAXIS, es la única Federación Nacional que integra al Taxismo organizado del país, en los términos que señala el Art. 77 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, concordante con el Art. 117 del Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

Las federaciones son los organismos de representación a nivel nacional e internacional, de las unidades económicas populares, organizaciones comunitarias, asociaciones EPS y cooperativas.

El Art. 117 del Reglamento General de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, manifiesta En La constitución de las federaciones, además de las uniones provinciales podrán participar uniones cantonales.

Esta disposición manifiesta que “No se podrá constituir a nivel nacional, más de una federación de una misma clase. En el caso de cooperativas de transporte el término clase se asimila al término modalidad señalado en la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial”.

El proceso de la reforma sustitutiva del Estatuto de nuestra Federación se inició en el Trigésimo Séptimo Congreso Nacional de Taxistas del Ecuador, que se realizó en la ciudad de Bahía de Caraquez, los días 19 y 20 de junio del 2008, y que, luego de cuatro años, los respectivos Congresos Nacionales de Taxistas aprobaron y

ratificaron el nuevo Estatuto por unanimidad. (FEDETAXIS, www.fedetaxisecuador.com, 2014)

Esta reforma se adelantó a los cambios que luego vinieron por parte del Gobierno Nacional que mediante Decreto Ejecutivo creó el Instituto Nacional de Economía Popular, IEPS, adscrito al MIES y por Ley creó la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, que absorbieron las funciones de la desaparecida Dirección Nacional de Cooperativas; y, a la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario que derogó y reemplazó a la Ley de Cooperativas.

La reforma de nuestro Estatuto está encaminada a unificar y fortalecer el gremio de los taxistas en un solo organismo de integración y que son los mismos socios de FEDETAXIS los que forman parte de la FEDOTAXIS, cuyos certificados de aportación fueron entregados a las cooperativas socias como títulos que garantizan la propiedad del patrimonio hasta el 31 de diciembre del 2008.

La creación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario y la posesión de su titular el 5 de junio del 2012, es el inicio del plazo de un año para que las cooperativas de transporte en taxis del Ecuador, reformen sus estatutos y los adapten a las nuevas normativas vigentes. (FEDETAXIS, www.fedetaxisecuador.com, 2014)

El clima organizacional (referido al medio ambiente del trabajo, a la percepción de bienestar y de relaciones humanas en la organización) Respecto a estas características diremos que hay frustración entre los trabajadores porque no

existen oportunidades de ascenso; las recompensas financieras son pobres; las condiciones de trabajo son deficitarias en extremo, el compromiso de responsabilidad es angustiante; el ambiente de trabajo es nada grato; animadversión a la supervisión compulsiva por las infracciones y exceso de papeletas; y, por la competencia desmedida que quiebra las relaciones sociales tornándolas en conflictivas. Las causales de la frustración siempre derivan en agresión.

La cultura organizacional (conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones) Si nos detenemos en analizar cada concepto, al final y sin forzar mucho, la calificamos será como reprobada.

La calidad empresarial (referido a la eficiencia teniendo en cuenta la satisfacción de los clientes). frente a esto simplemente decimos que no existe tan condición. Es decir, estrictamente hablando, no existe una organización empresarial establecida que satisfaga los requisitos de la eficiencia. Todo, o gran parte, se desarrolla con la improvisación peligrosamente autorizada por los responsables de la gestión pública para su funcionamiento operativo. No olvidemos la pugna entre distritos por el otorgamiento de las licencias a las llamadas líneas de transporte. (Medina, 2014)

Lo peor de esta caótica realidad referida al clima, la cultura y la calidad organizacional del transporte urbano, es la incidencia en el otro caos: el del clima meteorológico (física de la atmósfera y del ambiente) ya perturbado, porque incrementa irremisiblemente desembalses nocivos contribuyentes al calentamiento global del planeta, de tal suerte que el problema ya no solo afecta a los propios trabajadores de este mal llamado “servicio de transporte”, sino también a los usuarios del “servicio” y a la propia ciudadanía. No hay nada que satisfaga y

garantice la seguridad y la vida de los clientes. Por eso es que no tiene calidad porque no tienen en cuenta precisamente a los clientes, requisito sine qua non de la calidad. El caos lamentablemente afecta a los dos climas: al clima organizacional de trabajadores, clientes y ciudadanos y al clima ya alterado por el calentamiento global. (Egúsqiza, 2012)

Análisis. –

Tenemos que recordar que en cualquier tipo de empresa existen variedad de caracteres, culturas, valores y formas de pensar las cuales causarían siempre una dicotomía entre una persona y otra, pero todo se puede lograr con un óptimo o buen clima laboral trabajando en equipo para de esta manera poder alcanzar los objetivos y como resultado tendremos trabajadores satisfechos que realicen sus actividades con eficiencia y eficacia.

MARCO CONCEPTUAL

Clima laboral adecuado

El clima laboral no es otra cosa el medio en el que se desarrolla el trabajo diario. La calidad de este clima influye directamente en la motivación de los trabajadores y por lo tanto en la productividad empresarial. Si la empresa es capaz de conseguir una mayor productividad con un buen clima laboral, tiene todo lo necesario para conseguir grandes éxitos en la misma.

De aquella manera, mientras que un buen clima se orienta hacia los objetivos generales, un mal clima destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto, malestar y generando un bajo rendimiento.

La calidad del clima laboral se encuentra íntimamente relacionado con el manejo de los directivos y las ventajas y desventajas del liderazgo empresarial, con los comportamientos de los trabajadores, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con las características de la propia actividad de cada uno.

Propiciar un buen clima laboral es responsabilidad de la alta dirección, que con su cultura y con sus sistemas de gestión, prepararán el terreno adecuado para que se desarrolle. La organización de la empresa deberá estar preparada, entre otras cuestiones, para generar un buen ambiente de trabajo para todos los empleados.

Las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas como escalas de evaluación para medir el clima laboral. (EmprendePyme.net, 2016).

Importancia

Un buen clima laboral no es fácil de conseguir, no depende de un solo sino de todos los trabajadores en si ,y por supuesto, no sólo depende de la cantidad de dinero recibida, aunque sea influyente. Por muy bien que te paguen y lo mucho que crezca tu cuenta corriente, un clima laboral negativo, con un ambiente insoportable, sin interacción entre compañeros y un jefe tirano, minimizará tus ganas de trabajar y tú entusiasmo será nulo. Esto es negativo a su vez para la producción de la empresa, así como su estabilidad, ya que la probabilidad de abandono del puesto de trabajo será mayor. Por eso es importante tener en cuenta los indicadores del clima organizacional y crear un clima laboral agradable que permita:

Un ambiente cómodo: la ausencia de tensiones facilitará la comunicación y la relación entre los miembros de la empresa, la reducción del miedo, y el aumento de la seguridad en uno mismo y en el equipo.

Incremento del interés: el ambiente distendido y agradable ayuda a que las ganas de trabajar se renueven, así como el interés por emprender nuevos proyectos.

Satisfacción laboral: la comunicación, el sentimiento de grupo y el reconocimiento mejorarán la felicidad en el trabajo de los empleados.

Evitar el absentismo laboral: la infelicidad en el trabajo y un clima organizacional malo son algunas de las causas del absentismo laboral.

Mejorar la productividad laboral: un ambiente laboral adecuado que permita el desarrollo individual y en grupo de los empleados permitirá una optimización del tiempo y los recursos. (Joblers., 2018).

Ventajas

Las ventajas de un buen clima organizacional en una empresa son múltiples, por eso es importante medir el clima laboral cada cierto tiempo.

El estado anímico, físico y mental de cada trabajador será positivo.

Un agradable clima laboral y la motivación de los empleados harán crecer la creatividad y las ideas nuevas.

Facilita la interrelación del empleado con el entorno y los compañeros

La realización de dinámicas de trabajo en grupo será más fácil y, a su vez, la gestión de los equipos será efectiva. (Joblers., 2018)

Desventajas

Por otro lado, tenemos:

Escasa motivación.

Descenso de la productividad.

Mayor absentismo laboral.

Falta de implicación por la empresa y los compañeros.

Mala imagen.

Factores que influyen en el clima organizacional

Algunos factores que influyen en el clima laboral y a los que hay que prestar atención a la hora de intentar mejorar el clima en la empresa son:

Relaciones entre compañeros.

Relaciones entre personal y jefes.

Líder y estilo de liderazgo.

Comunicación interna (y externa).

Espacio de trabajo.

Condiciones de trabajo.

Motivación en la empresa.

Política salarial.

Imagen de la empresa de cara al exterior.

La propia forma de estar y sentir de la persona

Factores no relacionados con el puesto de trabajo. (Gestion, 2012)

Características

A continuación, mencionamos las características del clima organizacional:

Características del entorno en donde se desempeña la organización, las cuales pueden ser internas o externas.

Interpretación de estas circunstancias por parte de los miembros de la organización.

Las estructuras y los integrantes de las organizaciones forman un sistema organizacional dinámico. Estamos ante un concepto que está cambiando constantemente.

Un buen clima organizacional tendrá consecuencias positivas en la empresa, las cuales van a estar definidas en cómo las personas perciben el ambiente interno y externo de la organización. (Gestion, 2012)

Tipos de clima organizacional

Dentro de una organización se pueden encontrar diversas escalas del clima organizacional:

1. La estructura

Representa la percepción que tienen los miembros de la organización sobre la cantidad de reglas, los procedimientos, los trámites, las normas, los obstáculos, entre otras limitaciones.

2. La responsabilidad

Es la percepción que tienen los miembros de la organización sobre la autonomía en la toma de decisiones.

3. La recompensa

Es la percepción que tienen los miembros de la organización sobre la recompensa recibida por la tarea realizada.

4. El desafío

Se refiere a los riesgos que deben afrontar en el desarrollo de los objetivos organizacionales.

5. Las relaciones

Son las percepciones de los miembros de la empresa sobre el ambiente de trabajo, es decir las buenas relaciones entre pares y subordinados.

6. La cooperación

Es lo que sienten los miembros de la organización sobre la ayuda que reciben de los directivos y los demás integrantes de la empresa. (Gestion, 2012)

Análisis.

Podemos decir que el clima laboral esté ligado con el estado de ánimo de cada trabajador ya que así se mide el grado de satisfacción que tiene el colaborador en el desempeño de sus tareas, mientras más identificados estén los colaboradores con la empresa, más alto será el grado de satisfacción laboral.

Es por eso que resulta importante conocer la relación que existe entre el clima laboral y la satisfacción de los colaboradores de cualquier empresa, para que de esta forma si dicho clima laboral no es favorable poder diseñar las estrategias que sean necesarias para mejorar el clima laboral.

Plan estratégico

El plan estratégico es un documento formal en el que se intenta plasmar, por parte de los responsables de una compañía (directivos, gerentes, empresarios) cual será la estrategia de la misma durante un período de tiempo, generalmente de 3 a 5 años.

También es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente.

Importancia

Para afirmar la organización: Fomentar la vinculación entre los “órganos de decisión” (E.D.) y los distintos grupos de trabajo. Buscar el compromiso de todos.

Para descubrir lo mejor de la organización: El objetivo es hacer participar a las personas en la valoración de las cosas que hacemos mejor, ayudándonos a identificar los problemas y oportunidades.

Aclarar ideas futuras: Muchas veces, las cuestiones cotidianas, el día a día de nuestra empresa, nos absorben tanto que no nos dejan ver más allá de mañana. Este proceso nos va a “obligar” a hacer una “pausa necesaria” para que nos examinemos como organización y si verdaderamente tenemos un futuro que construir. (Guiadelacalidad, 2013)

Ventajas

Dentro de las ventajas de un plan estratégico tenemos:

Mejorar la organización

Propone cambios

Permite pensar en el futuro, visualizar nuevas oportunidades y amenazas.

Permite preparar al futuro, aunque sea impredecible.

Permite enfocar la misión de la organización y orientar de manera efectiva su rumbo.

Permite plantear la estrategia y evaluarlas de mejor manera

Permite mejorar la coordinación de las actividades.

Maneja de mejor manera los recursos.

Permite medir el impacto futuro de las decisiones estratégicas que se toma hoy.

Permite mantener un enfoque sistémico. (Renatamarcinia, 2015)

Desventajas

La principal reside en el peligro de crear una enorme burocracia de planificadores que pueden perder contacto con los productos y clientes de la empresa

- Algunas veces pasan años para recuperar la enorme inversión de tiempo, dinero y personal que puedan requerir un sistema de planeación formal.

- La planeación en ocasiones tiende a limitar la organización a la opción más racional y exenta de riesgos.

- Los gerentes aprenden a desarrollar sólo aquellas estrategias y objetivos que puedan soportar el análisis detallado del proceso de planeación, evitando así, las oportunidades atractivas que supone un alto grado de incertidumbre o que son difíciles de analizar y comunicar. (Hernan, 2013)

Características

Un plan estratégico es cuantitativo, visible y temporal. Se considera cuantitativo porque establece las cifras que la compañía que se quiere alcanzar. Es visible porque especifica unas políticas y líneas de actuación para conseguir esos objetivos. Por último, es temporal porque indica los plazos que la compañía debe cumplir para que la puesta en práctica del plan sea exitosa. (Adsticas, 2015)

Tipos de planes estratégicos

Los planes son obtenidos a partir de ideas y programas. El objetivo de un plan es organizar, programar y prever. Para ello deben determinarse los objetivos, el medio, la forma, el lugar y quien lo llevará a cabo.

Los planes pueden ser clasificados en:

Planes operativos: es diseñado con el fin de determinar con anterioridad cual es el rol particular de cada individuo en las unidades operacionales donde trabajará. Algunas cuestiones remarcables de este tipo de planes son:

Son llevadas a cabo y dirigidas por jefes que no se hallan en las cúpulas jerárquicas de las instituciones donde serán llevadas a cabo.

Las reglas y métodos son determinados de manera muy minuciosa. Además, deben ser respetados indiscutiblemente.

Respetar las orientaciones dadas por los planes tácticos y estratégicos.

Su propósito principal es la búsqueda de eficiencia.

Estos planes son diseñados para ser ejecutados en lapsos de tiempo más bien cortos.

Planes tácticos: este tipo de planificación recurre a la planeación estratégica como base. Estos están destinados a trabajar sobre temas relacionados a los principales departamentos o áreas de las organizaciones. Además se encarga de garantizar el mejor uso de los recursos y su optimización, sobre todo aquellos que serán utilizados para alcanzar las metas determinadas.

Estos planes se diferencian de los estratégicos por una cuestión de tiempo. Cuando haya una mayor utilización de tiempo la planificación será más estratégica que táctica. Es por ello que si el plan se encuentra orientado a un determinado sector o producto será táctico. Pero si la planificación es orientada hacia la empresa en su totalidad será estratégica.

Algunas características de los planes tácticos son:

Son llevados a cabo y dirigidos por los empresarios que tengan un rango medio en la jerarquía de la institución.

La base de sus lineamientos será el de los planes estratégicos.

La información que será tratada será tanto interna como externa.

Intenta coordinar recursos y las grandes áreas organizativas.

Su objetivo principal es alcanzar tanto la eficacia como la efectividad

Planes estratégicos: se encuentra orientada a metas que competen a una determinada institución o empresa. Intentará determinar cuáles son los parámetros de orientación y las limitaciones. Para ello se establecen cuáles son los propósitos, los recursos que se emplearán y cuáles serán guías a la hora de administrar los mismos. La empresa o institución es tratada como un todo, no serán diferenciadas sus áreas o sectores.

Algunas cuestiones importantes para remarcar sobre éstos son:

Estos planes son llevados a cabo y guiados por aquellas personas que se hallan en las cúpulas jerárquicas de la institución, la información manejada suele ser ajena a la organización.

Los lineamientos que regirán a toda la institución será determinados en este tipo de planes, es decir que es el plan original. A partir de este surgirán los demás, que tratarán temas o cuestiones más reducidas o específicas.

Estas planificaciones son realizadas para ser aplicada en largos lapsos de tiempo.

Su objetivo principal es hallar efectividad.

Las guías que determina no son detallados ni minuciosos, son más bien generales. Son planificados sin poseer certezas.

(Andres, 2012).

Análisis. –

Podemos decir que realizar un plan estratégico para analizar dichos puntos importantes en una empresa es como tener una herramienta importante en nuestras manos, ya que de tal forma podemos alinear las actividades del giro del negocio con la visión y estrategia para mejorar la comunicación interna y externa y de la misma forma monitorear el grado de desempeño de los colaboradores.

Realizar un buen análisis de la situación, es clave en el proceso de planeamiento estratégico. Este es la base sobre la que se sustenta el plan. Si el análisis no es correcto, tocará sólo la superficie o no se basará en datos y hechos; en este sentido, el trabajo posterior que se realice en el proceso de planificación no será el adecuado.

5.02 Metodología de la propuesta**5.02.01 Planteamiento del problema****Clima laboral adecuado**

El clima laboral, es un fenómeno que media entre los factores del sistema organizacional y las tendencias motivacionales, que se traducen en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la organización, tales como la productividad, satisfacción, rotación, comportamiento de las personas. El “clima laboral” es el medio ambiente humano, afectivo, cálido y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano que influye en la satisfacción y por lo tanto en la productividad. Está relacionado necesariamente con el “saber hacer” del directivo, gerente, jefe o supervisor con los comportamientos de las personas, con su manera de comportarse, dirigir, trabajar y de relacionarse, en suma, con su interacción con

los trabajadores, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno. (Concalvez, 2013)

En términos concretos podemos definir como clima laboral a las “características del medio ambiente de trabajo que son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que se desempeñan en ambiente, y que tiene repercusiones en el comportamiento laboral, es decir en su desempeño, relaciones con sus superiores, colegas y en especial con los clientes e incluso con la familia”.

La gestión y administración del clima laboral es uno de las estrategias de vitales para las organizaciones, cuando no siempre es muy reconocido por muchas gerencias actuales.

Gran responsabilidad les corresponde a los ejecutivos de hoy en día a priorizar la búsqueda de la excelencia organizacional a través de su “Capital Humano” el que se convierte en los momentos actuales como el producto del progreso y principal ventaja competitiva. (Arnao, 2014)

Motivación. - . Interacción de las personas con la situación, por ello la motivación varía de una persona a otra y en una misma persona puede variar en diferentes momentos y situaciones. (Clemente., 2016)

Satisfacción. - Es un estado de la mente, generado por una mayor o menor, según corresponda, optimización de la retroalimentación cerebral, por la cual las diferentes zonas cerebrales compensan el potencial energético dando una sensación de plenitud, en tanto, la menor o mayor sensación de satisfacción que alguien presente dependerá de la optimización del consumo energético que lleve a cabo el cerebro, es decir,

cuanto mayor sea la capacidad de neurotransmitir mayor será la posibilidad de satisfacción. (Ucha., 2014)

Comportamiento. - Forma de proceder de las personas u organismos frente a los estímulos y en relación con el entorno. (Merino, 2014)

Organización. - Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. (Merino, 2014)

Productividad. - La productividad es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor utilizado (trabajador, capital, tiempo, costes, etc.) durante un periodo determinado. Por ejemplo, cuanto produce al mes un trabajador o cuánto produce una maquinaria. (Arias, 2012)

Figura 1 Categorización de variables



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Plan estratégico

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

A lo largo de su desarrollo, el plan estratégico señala las bases para el funcionamiento de la empresa en la línea de una consecución de objetivos futuros, aun desconociendo cuál será el futuro. En otras palabras, definirá qué acciones tendrán que ser llevadas a cabo a nivel empresarial para poder afrontar los retos que vayan apareciendo y finalmente conseguir los objetivos marcados previamente.

Por otra parte, las personas encargadas de su redacción deben ser responsables de la sociedad que tengan gran capacidad de control de la misma y conocimientos amplios sobre todos sus aspectos.

Por concepto es parecido al plan de marketing, aunque este último normalmente se suele referir a un proyecto individual de los que acomete la empresa y el estratégico es más genérico englobando todas las líneas de trabajo de la empresa. Por otra parte, ambos forman parte de la elaboración de un buen plan de negocio. (Galán, 2014).

Estrategia. – Es un plan ideado para administrar un asunto y para elegir al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. (Julián, 2017)

Organización. - Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos.

Plan. - Es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. (Pérez, 2012)

Objetivos. – Es un fin último al que se dirige una acción u operación. Es el resultado o sumatoria de una serie de metas y procesos. (O)

Negocio. – Se trata de la ocupación, el trabajo o el quehacer que se realiza con fines lucrativos. (Gardey, 2013)

Figura 2 Categorización de variables



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

5.02.02 Metodología de la investigación

Método Estadístico

El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables deducidas de la hipótesis general de la investigación. (Obregón, 2015).

Que se resume en el siguiente proceso:

1.- Formulación del problema.

- 2.- Recolección de datos.
- 3.- Tabulación de datos.
- 4.- Análisis e interpretación de datos
- 5.- Obtención de resultados
- 6.- Toma de decisiones

5.02.03 Recolección de datos

Encuesta

Es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. (Chiner., 2014)

Población

La población es el conjunto de sujetos pertenecientes a una misma especie y que habitan en la misma zona geográfica. (Florencia, 2014)

Tabla 4 Población

CARGO	NUMERO
Presidente	1
Gerente General	1
Consejo Administrativo	4
Operadoras	4
Supervisores	2
Consejo de deportes	4
Consejo de asuntos sociales	4
Socios y accionistas	40
TOTAL	60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Muestra

La muestra es una parte o una fracción de un producto que permite conocer la calidad del mismo ya que la parte extraída de un conjunto que se considera como una porción representativa de él también recibe el nombre de muestra

MODELO DE ENCUESTA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”

TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANO

Encuesta aplicada a socios de la cooperativa “BAKKER DOS”

Objetivo: Recopilar información para determinar las relaciones laborales entre los colaboradores de la cooperativa de taxis “BAKKER DOS”.

Instrucciones: Marque con una X en la alternativa que más se apegue a su criterio, experiencia u opinión.

Tabla 5 Modelo de encuesta

No	PREGUNTAS	Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
PLAN					
1	¿Usted se siente motivado al trabajar y formar parte de la cooperativa “BAKKER DOS”?				
2	¿La satisfacción del cumplimiento de sus resultados es la correcta?				
3	¿Su comportamiento al realizar las tareas asignadas es el correcto?				
4	¿Cree que la organización de la cooperativa es la mejor?				
5	¿Los resultados obtenidos por la cooperativa cree que son óptimos?				
CLIMA LABORAL					
6	¿Cree usted que con nuevas estrategias el clima laboral mejoraría?				
7	¿Cree que la organización necesita trabajar en equipo de manera efectiva?				
8	¿Le gustaría formar parte de un plan que mejore su clima laboral?				
9	¿Le gustaría mejorar el cumplimiento de sus objetivos personales con la participación activa del cumplimiento de un plan?				
10	¿Cree que la cooperativa de taxis BAKKER DOS necesita de un plan estratégico para mejorar su productividad?				

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

Tabulación

PREGUNTA 1

¿Usted se siente motivado al trabajar y formar parte de la cooperativa “BAKKER DOS”?

Tabla 6 ¿Usted se siente motivado al trabajar y formar parte de la cooperativa “BAKKER DOS”?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	12	20%
A veces	36	60%
Nunca	12	20%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

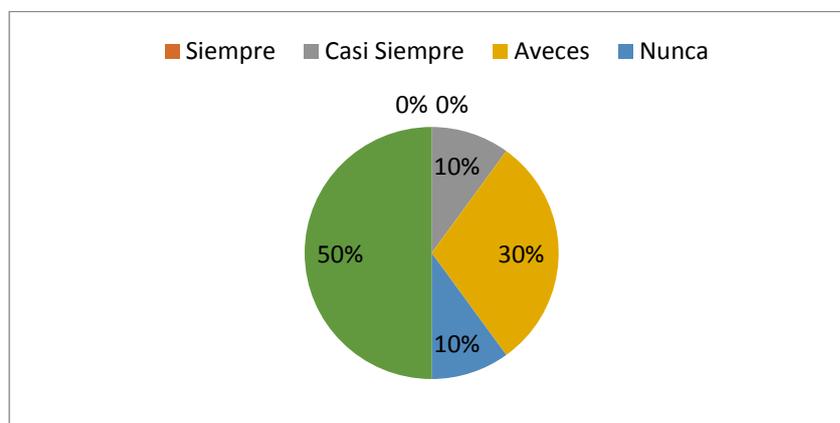


Figura 3 Pregunta 1

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la primera pregunta arrojó los siguientes datos:

La alternativa siempre 0%, casi siempre 10%, a veces 30% y nunca 10%.

ANÁLISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 50% en los empleados encuestados que manifiestan que no se sienten motivados e identificados con la empresa de acuerdo a las malas relaciones laborales.

PREGUNTA 2

¿La satisfacción del cumplimiento de sus resultados es la correcta?

Tabla 7 ¿La satisfacción del cumplimiento de sus resultados es la correcta?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	13	22%
A veces	39	65%
Nunca	8	13%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

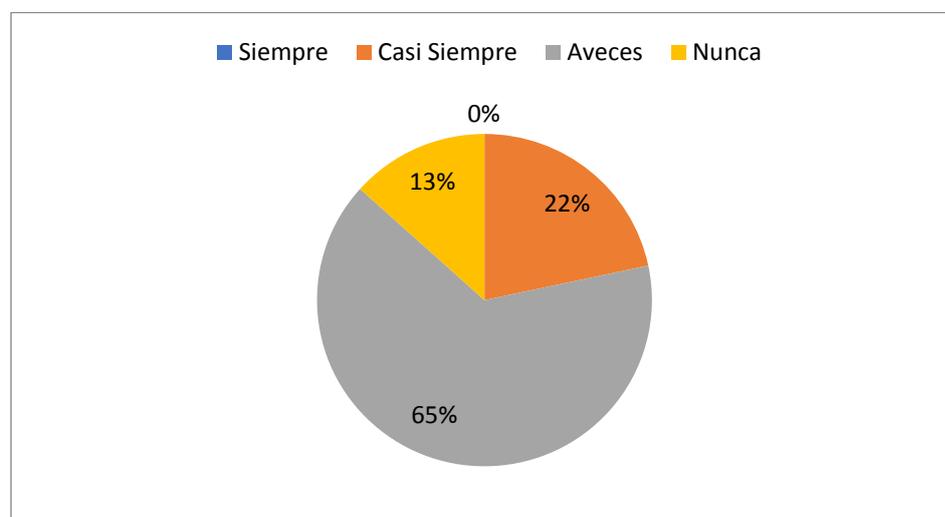


Figura 4 Pregunta 3

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la segunda pregunta arrojó los siguientes datos:

La alternativa siempre 0%, casi siempre 22%, a veces 65% y nunca 13%.

ANÁLISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 65% en los empleados encuestados que manifiestan que no se están dando cumplimiento de resultados de la manera adecuada de acuerdo a la mala comunicación entre ellos

PREGUNTA 3

¿Su comportamiento al realizar las tareas asignadas es el correcto?

Tabla 8 ¿Su comportamiento al realizar las tareas asignadas es el correcto?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	27	45%
A veces	26	43%
Nunca	7	12%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

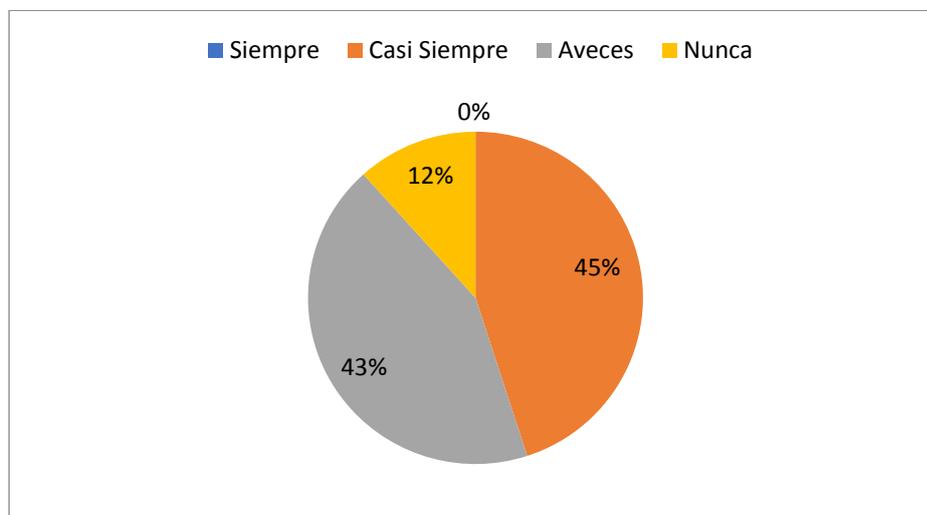


Figura 5 Pregunta 3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la tercera pregunta arrojó los siguientes datos:

La alternativa siempre 0%, casi siempre 45%, a veces 43% y nunca 12%.

ANALISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 45% tomando en cuenta que es un porcentaje que sobrepasa la mitad de los empleados encuestados que manifiestan que realizan las tareas que se les asignan de manera correcta, pero con un poco de dificultad ya que el ambiente laboral no es el más adecuado para realizarlas.

PREGUNTA 4

¿Cree que la organización de la cooperativa es la mejor?

Tabla 9 ¿Cree que la organización de la cooperativa es la mejor?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	12	20%
A veces	34	57%
Nunca	14	23%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

GRAFICO 1 ¿Cree que la organización de la cooperativa es la mejor?

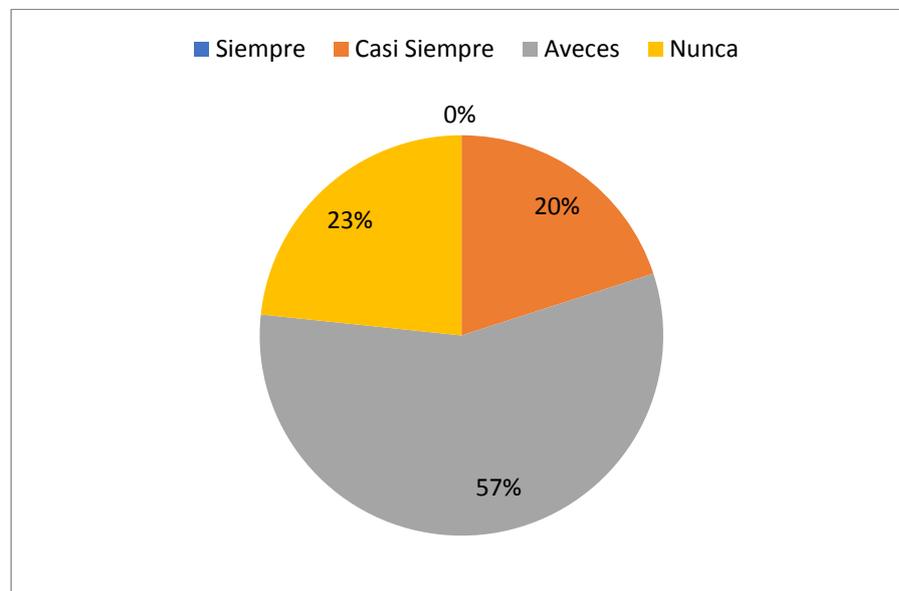


Figura 6 Pregunta 4

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la cuarta pregunta arrojó los siguientes datos:

La alternativa siempre 0%, casi siempre 20%, a veces 57% y nunca 23%.

ANALISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 57% de empleados encuestados que manifiestan tener una duda de que la organización de la cooperativa sea la correcta en momento de tomar decisiones ya que toda la desorganización es causada por el mal clima laboral entre socios y trabajadores de la cooperativa

PREGUNTA 5

¿Los resultados obtenidos por la cooperativa cree que son óptimos?

Tabla 10 ¿Los resultados obtenidos por la cooperativa cree que son óptimos?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	10	17%
A veces	33	55%
Nunca	17	28%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

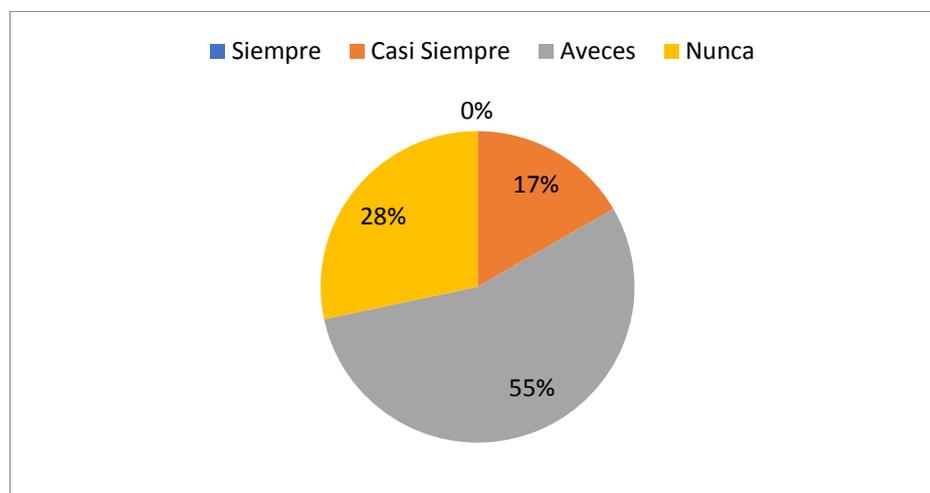


Figura 7 Pregunta 5

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la quinta pregunta arrojó los siguientes datos:

La alternativa siempre 0%, casi siempre 17%, a veces 55% y nunca 28%.

ANALISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 55% de empleados encuestados que manifiestan que los resultados de la cooperativa no son los mejores por la mala organización y por ende por el mal clima laboral que se han presentado en estos últimos años entre los socios administrativos y colaboradores de la cooperativa

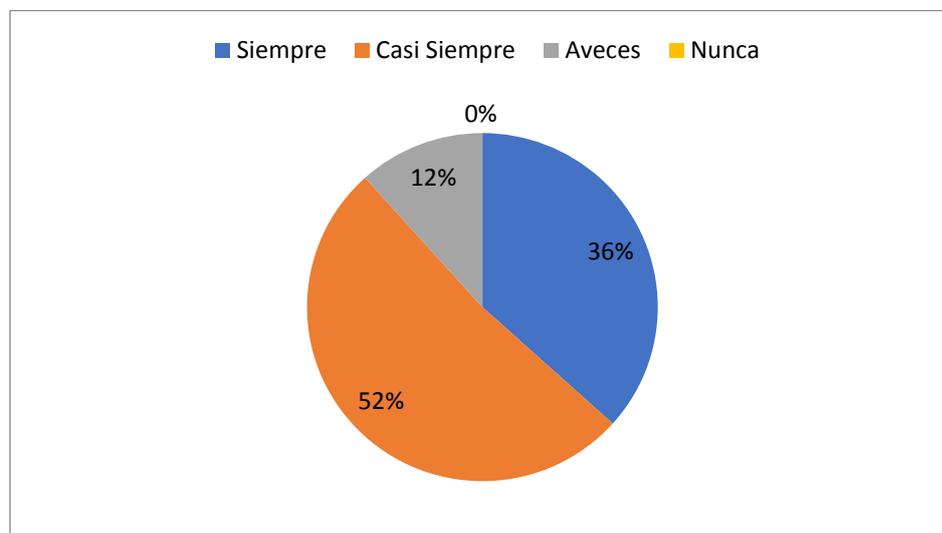
PREGUNTA 6

¿Cree usted que con nuevas estrategias el clima laboral mejoraría?

Tabla 11 ¿Cree usted que con nuevas estrategias el clima laboral mejoraría?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	22	36%
Casi Siempre	31	52%
A veces	7	12%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la sexta pregunta arrojó los siguientes datos:

La alternativa siempre 36%, casi siempre 52%, a veces 12% y nunca 0%.

ANALISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 52% de empleados encuestados manifiestan que el clima laboral dentro de la cooperativa es muy poco adecuado por lo que si se diera el caso ellos estarían totalmente de acuerdo en aplicar nuevas estrategias para que el clima laboral de la cooperativa mejore favorablemente y así ellos puedan cumplir los objetivos propuestos

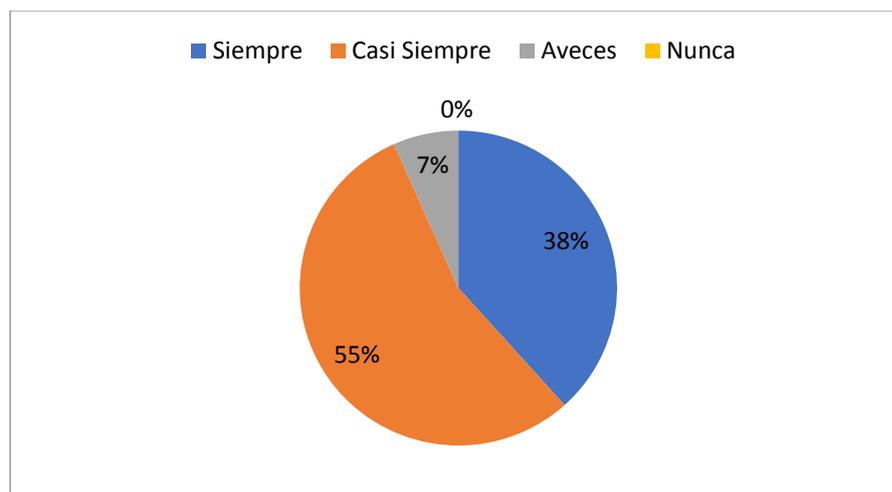
PREGUNTA 7

¿Cree que la organización necesita trabajar en equipo de manera efectiva?

Tabla 12 ¿Cree que la organización necesita trabajar en equipo de manera efectiva?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	23	38%
Casi Siempre	33	55%
A veces	4	7%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la séptima pregunta arrojó los siguientes datos:

La alternativa siempre 38%, casi siempre 55%, a veces 7% y nunca 0%.

ANALISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 55% de empleados encuestados manifiestan que el trabajo en equipo es muy poco favorable dentro de la organización por motivo de las malas relaciones laborales que existen entre ellos.

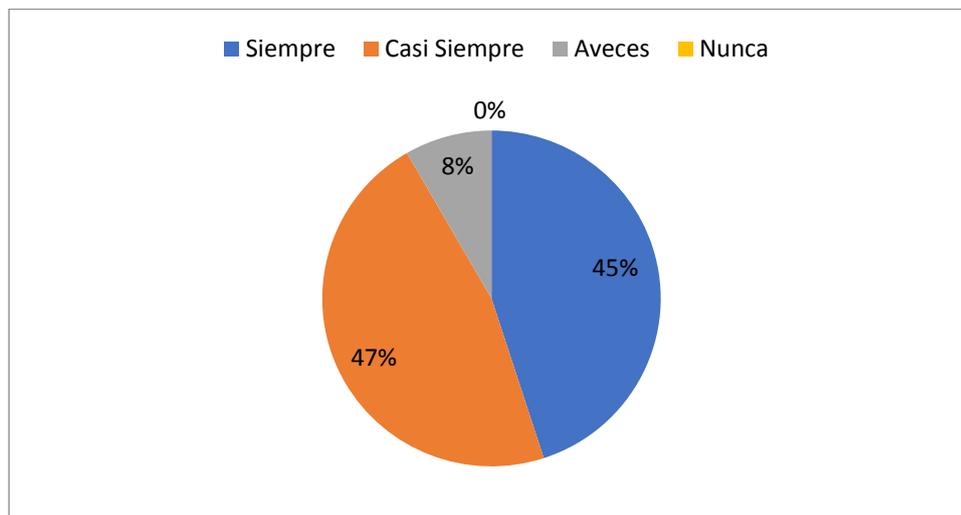
PREGUNTA 8

¿Le gustaría formar parte de un plan que mejore su clima laboral?

Tabla 13 ¿Le gustaría formar parte de un plan que mejore su clima laboral?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	27	45%
Casi Siempre	28	47%
A veces	5	8%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la octava pregunta arrojó los siguientes datos:

La alternativa siempre 45%, casi siempre 47%, a veces 8% y nunca 0%.

ANÁLISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 47% de empleados encuestados manifiestan que ellos desearían formar parte de un plan, para que de esta manera mejore favorablemente el clima laboral entre ellos y por ende haya mayor motivación y se puedan cumplir sus objetivos propuestos.

PREGUNTA 9

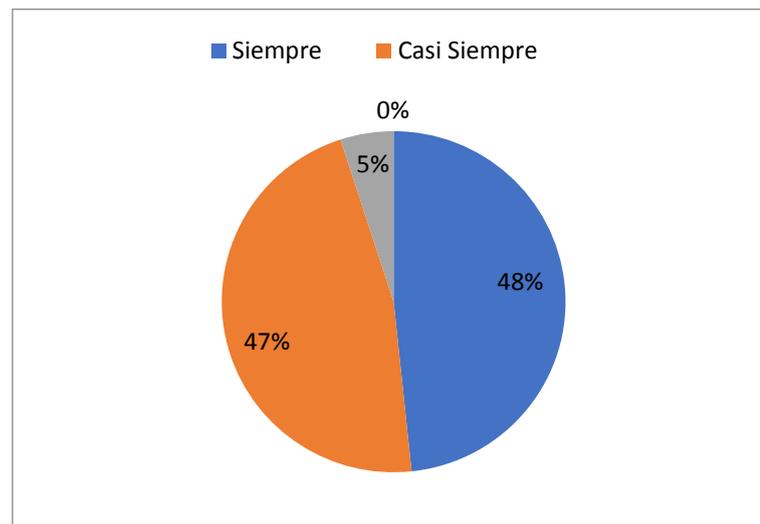
¿Le gustaría mejorar el cumplimiento de sus objetivos personales con la participación activa del cumplimiento de un plan?

Tabla 14 ¿Le gustaría mejorar el cumplimiento de sus objetivos personales con la participación activa del cumplimiento de un plan?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	48%
Casi Siempre	28	47%
A veces	3	5%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

GRAFICO 2 ¿Le gustaría mejorar el cumplimiento de sus objetivos personales con la participación activa del cumplimiento de un plan?



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la novena pregunta arrojo los siguientes datos:

La alternativa siempre 48%, casi siempre 47%, a veces 5% y nunca 0%.

ANALISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 48% de empleados encuestados que manifiestan que están de acuerdo con la implementación de un plan, ya que de tal manera mejoraría el mal clima laboral y se podrían dar mejor cumplimiento a sus objetivos personales.

PREGUNTA 10

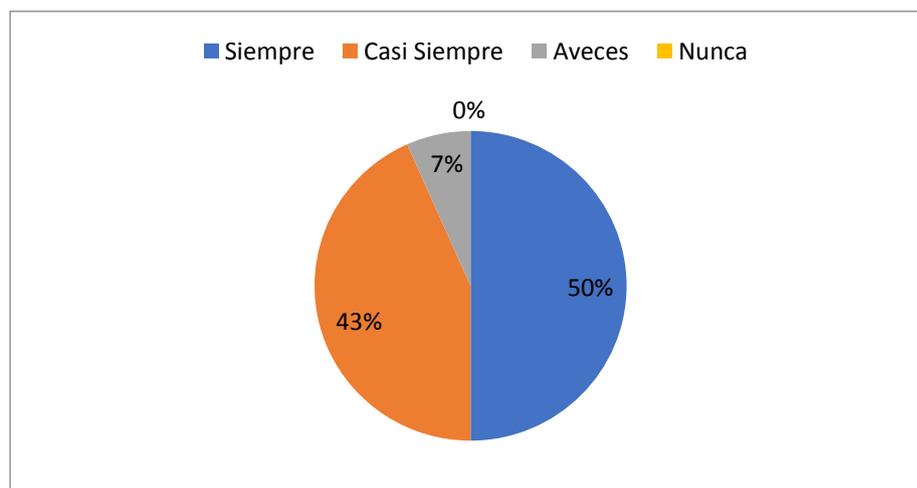
¿Cree que la cooperativa de taxis BAKKER DOS necesita de un plan estratégico para mejorar su productividad?

Tabla 15 ¿Cree que la cooperativa de taxis BAKKER DOS necesita de un plan estratégico para mejorar su productividad?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	30	50%
Casi Siempre	26	43%
A veces	4	7%
Nunca	0	0%
Total	60	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

GRAFICO 3 ¿Cree que la cooperativa de taxis BAKKER DOS necesita de un plan estratégico para mejorar su productividad?



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

INTERPRETACION. - Según la encuesta aplicada al personal administrativo socios y colaboradores de la Cooperativa de taxis “BAKKER DOS” la décima pregunta arrojó los siguientes datos:

La alternativa siempre 50%, casi siempre 43%, a veces 7% y nunca 0%.

ANALISIS. - La encuesta determina un porcentaje considerable del 50% de empleados encuestados que manifiestan que están de acuerdo con implementar un plan estratégico, porque están conscientes que esta sería la solución a muchos de sus problemas laborales y que de tal manera la cooperativa tendrá una mejor organización en la toma de decisiones y por ende una mejor productividad.

PLAN ESTRATEGICO

El presente plan estratégico tiene como finalidad mejorar favorablemente el clima y relaciones laborales entre socios y colaboradores de la cooperativa de taxis “BAKKER DOS”.

Misión

Ofrecerle a nuestra distinguida clientela el mejor servicio brindándole la mejor calidad a precios de competitivos, demostrando nuestra amplia experiencia en el ramo de taxi, cumpliendo con las más estrictas normas de higiene, seguridad y responsabilidad con nuestros trabajadores, clientes y principalmente con la comunidad.

Visión

Seguir siendo reconocidos como una empresa consolidada y altamente competitiva en el campo del servicio ejecutivo de taxi con base a la calidad de sus servicios, con el profesionalismo de cada uno de sus integrantes y actualizando toda su transmisión, innovando hacia el futuro con tecnología de punta.

Valores corporativos

- **Solidaridad:** Nos sentimos comprometidos con el acontecer de la cooperativa y asumimos que nuestras acciones afectan a los demás.

- **Participación:** Somos una organización democrática, donde cada socio y colaborador tiene incidencia en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades.
- **Equidad:** Facilitamos el desarrollo integral del socio, colaborador y con ellos cada una de sus familias, mediante la distribución justa e imparcial de los beneficios de la cooperativa.
- **Honestidad:** Realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.
- **Responsabilidad:** Somos una cooperativa que presta sus servicios con responsabilidad a nuestros clientes.
- **Respeto:** Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales y laborales. (COLANTA, 2018)

Organigrama Estructural

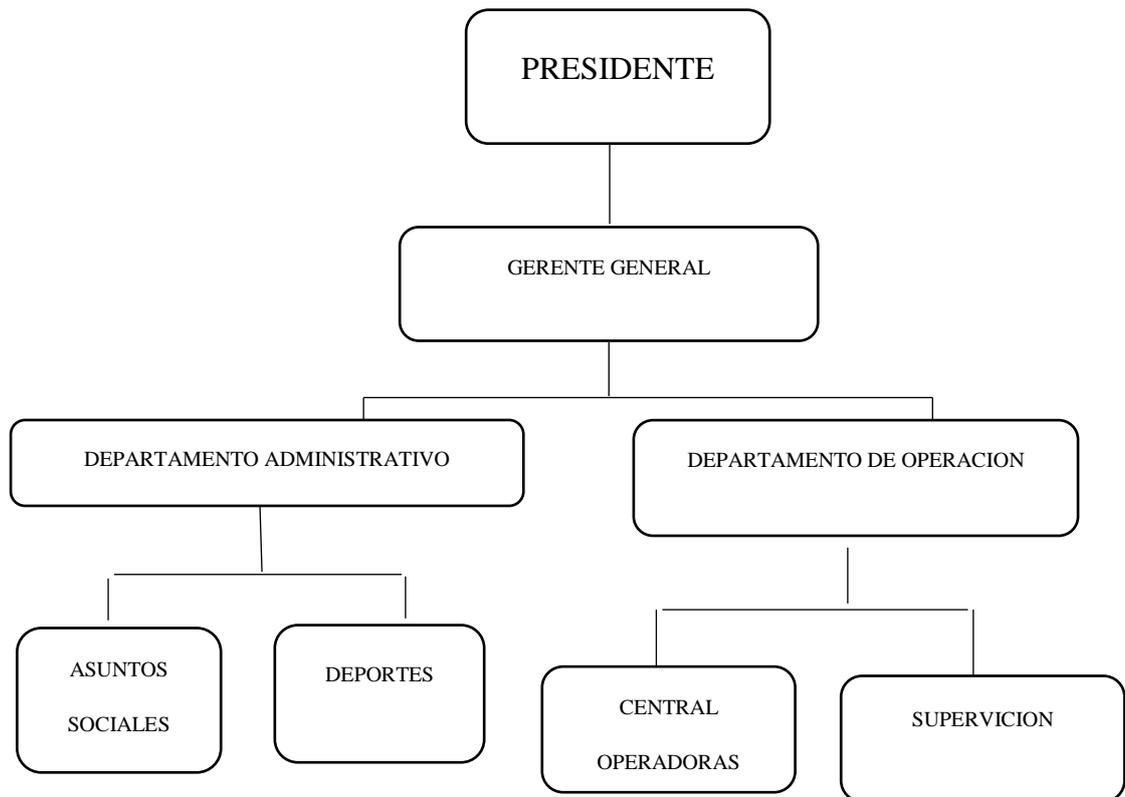


Figura 8 Organigrama estructural
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

Foda

Tabla 16 Foda

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura propia • Competir con diferenciación • Unidades de transporte actuales y confortables para el cliente • Fidelizar a nuestros clientes en fechas especiales • Poder adquisitivo de los clientes del sector • Cooperativa legalmente constituida y confiable para el servicio de transporte de nuestros clientes. • Los clientes perciben buena atención • Amplia base de clientes • Presencia de unidades en los principales sectores de Quito • Voluntad y dedicación al transporte urbano privado 	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios con empresas cercanas al sector • Elaborar un servicio de transporte al cliente • Desarrollo novedoso • de planes de transporte que satisfagan a los clientes • Servicio con características diferenciadoras • Necesidad de servicio • Solidez y crecimiento económico • Segmentación de clientes • Aplicación de tecnología más eficaz • Cliente satisfecho • Servicio rápido, seguro y efectivo
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Inversiones mal programadas • Falta de planificación • Toma de decisiones centralizadas • El personal no cuenta con suficiente profesionalismo • No se tiene información financiera oportuna para proyecciones o la toma de decisiones • Poca publicidad • Escasa capacitación continua a los conductores • Escasa capacitación al personal administrativo • Capital humano mediamente satisfecho • Cobertura limitada dentro del sector 	<ul style="list-style-type: none"> • La cooperativa tiene competencia de otras cooperativas que prestan servicios similares • Aumento de la competencia cada vez más poderosa y agresiva. • Ingreso de nuevos socios a otras compañías de taxis • Procesos lentos • Falta de armonización normativa • Pérdida de alianzas con las empresas cercanas al sector. • Mayor incursión de competidores al Taxismo • Poca capacidad de inversión • Bajar el costo de los precios del transporte en algunas rutas • Cambio de hábitos de los clientes

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

Matriz Foda

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía, etcétera. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su desarrollo. La matriz FODA divide por tanto el análisis externo en oportunidades y en amenazas. (Espinosa, 2013)

Fortalezas

Las fortalezas de una empresa sirven para averiguar en qué ámbitos destaca una empresa de cara a su actividad diaria y cómo puede potenciarlos. Es una forma de contemplar la viabilidad de una empresa en base a lo que hace mejor. Por ejemplo, saber dirigir una empresa, tener buenas capacidades comunicativas, disponer de contratos de trabajo satisfactorios para los trabajadores etc. Sólo así, conociendo cuáles son las fortalezas de una empresa ésta tendrá la oportunidad de diseñar sus estrategias para potenciar su trabajo tanto a nivel interno como externo. (EmprendePyme, 2016)

Debilidades

Las debilidades de una empresa son un factor clave para detectar las deficiencias de una empresa y alcanzar los objetivos definidos dentro de un proyecto. A lo largo del análisis FODA, las debilidades y fortalezas de una empresa estudian qué tareas pueden ser un impedimento para el trabajo diario y cuáles son los posibles caminos para solventarlo a partir de sus puntos potenciales.

Las debilidades en el análisis FODA de una empresa determinan en definitiva las capacidades y habilidades resolutivas por parte de una identidad, por lo tanto conocer las deficiencias será la clave para cambiar el enfoque de una campaña o proyecto. (EmprendePyme, 2016)

Oportunidades

Saber qué son las oportunidades de una empresa y cuándo se presentan puede significar el éxito empresarial. Las oportunidades de una empresa aparecen en su entorno (tendencias, eventos, modas, economía). Las oportunidades de una empresa son una serie de factores positivos que se generan en el exterior y que, una vez son reconocidos, han de ser aprovechados mediante una estrategia empresarial para conseguir beneficios. Algunas de las oportunidades con las que se puede encontrar tu empresa son:

- Crecimiento del mercado
- Entrar en nuevos mercados
- Implementación de la tecnología
- Nuevos productos que abarquen nuevos cliente (EmprendePyme, 2016)

A la hora de hacer el análisis FODA debes tener en cuenta la importancia que tienen las oportunidades de una empresa. Las oportunidades son un factor externo a la empresa que pueden significar el crecimiento y desarrollo de ésta o su estancamiento. (EmprendePyme, 2016)

Amenazas

Las amenazas de una empresa son situaciones negativas que provienen del exterior. No todas las amenazas hacia tu empresa pueden controlarse. Las amenazas son situaciones que vienen derivadas por el contexto sociopolítico o por la aparición de nuevos miembros que compiten con tu empresa. Algunas de las amenazas con las que se puede encontrar tu empresa son:

- Nuevos competidores

-Que se censan de tu producto

-Estancamiento del mercado

-Políticas internacionales contrarias

Aprender a combatir las amenazas de tu empresa pasará por redirigir tu estrategia empresarial o establecer una nueva. Solo así podrás acabar con los problemas externos. Intenta prever las amenazas y plantea estrategias de crisis previas a que los problemas sucedan. (EmprendePyme.net, 2016)

Tabla 17 Fortalezas

FORTALEZAS										
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10
F1	X	1	1	1	0	0	1	0	0	0
F2	0	X	0	1	0	0	1	1	0	0
F3	0	1	X	0	1	1	1	0	0	0
F4	0	0	1	X	0	1	1	1	0	0
F5	1	0	1	1	X	1	1	0	0	0
F6	1	1	1	1	0	X	1	1	0	0
F7	1	0	1	1	1	1	X	1	0	0
F8	0	0	0	1	1	1	1	X	1	1
F9	1	0	0	1	1	1	1	0	X	1
F10	0	0	1	1	1	1	1	0	0	X
TOTAL	4	3	6	8	5	7	9	4	1	2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Tabla 18 Fortalezas

ORDEN	FORTALEZAS	TOTAL
1	Los clientes perciben buena atención.	9
2	Fidelizar a nuestros clientes en fechas especiales.	8
3	Cooperativa legalmente constituida y confiable para el servicio de transporte de nuestros clientes.	7
4	Unidades de transporte actual y confortable para el cliente.	6
5	Poder adquisitivo de los clientes del sector.	5

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

Tabla 19 Oportunidades

OPORTUNIDADES										
	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10
O1	X	0	1	1	0	1	0	1	1	1
O2	1	X	1	1	0	0	0	1	1	1
O3	0	0	X	1	1	0	0	0	1	1
O4	1	1	1	X	0	1	0	1	1	1
O5	1	1	1	1	X	1	0	1	1	1
O6	0	1	0	0	0	X	0	0	1	1
O7	1	1	1	1	1	1	X	1	1	1
O8	0	0	0	0	0	0	0	X	1	1
O9	0	0	0	0	0	0	0	0	X	1
O10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X
TOTAL	4	4	5	5	2	4	0	5	8	9

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

Tabla 20 Oportunidades

ORDEN	OPORTUNIDADES	TOTAL
1	Servicio rápido, seguro y efectivo	9
2	Cliente satisfecho	8
3	Aplicación de tecnología más eficaz	7
4	Servicio con características diferenciadoras	6
5	Desarrollo de planes de transporte que satisfagan a los clientes	5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Tabla 21 Debilidades

DEBILIDADES										
	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
D1	X	1	0	0	1	0	0	0	1	0
D2	0	X	0	0	0	0	0	0	1	0
D3	0	1	X	1	1	0	1	1	1	0
D4	0	0	0	X	1	0	0	0	1	0
D5	0	1	0	1	X	0	1	0	1	0
D6	1	1	1	1	1	X	1	1	1	0
D7	0	0	0	0	0	0	X	0	1	0
D8	0	1	0	0	0	0	1	X	1	0
D9	0	1	0	0	0	0	0	0	X	0
D10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	X
TOTAL	2	7	2	4	5	1	5	3	9	0

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Tabla 22 Debilidades

ORDEN	DEBILIDADES	TOTAL
1	Capital humano mediamente satisfecho.	9
2	Falta de planificación.	7
3	Escasa capacitación continúa a los conductores.	5
4	No se tiene información financiera oportuna para proyecciones o la toma de decisiones.	5
5	El personal no cuenta con suficiente profesionalismo.	4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Tabla 23 Amenazas

AMENAZAS										
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10
A1	X	1	0	0	0	1	0	1	1	1
A2	0	X	0	0	0	1	1	0	1	1
A3	1	1	X	1	1	1	1	1	1	1
A4	0	0	1	X	1	1	1	1	1	1
A5	1	1	1	1	X	1	1	1	1	1
A6	0	0	0	0	0	X	1	0	1	1
A7	0	1	0	0	0	1	X	0	1	1
A8	0	0	0	1	0	0	1	X	0	1
A9	0	0	0	0	0	0	0	0	X	1
A10	0	0	0	0	0	0	0	0	1	X
TOTAL	2	4	2	3	2	6	6	4	8	9

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Tabla 24 Amenazas

ORDEN	AMENAZAS	TOTAL
1	Cambio de hábitos de los clientes	9
2	Bajar el costo de los precios del transporte	8
3	Mayor incursión de competidores al Taxismo.	6
4	Perdida de alianzas con las empresas cercanas al sector.	6
5	Poca capacidad de inversión.	4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Matriz de Evaluación F.O.D.A.

Mediante la siguiente matriz se obtendrán resultados para saber la situación actual de la empresa interna y externamente y poder determinar las mejores estrategias de cambio y mejora en la cooperativa de taxis “BAKKER DOS”.

Factores internos

Tabla 25 Factores internos

FACTOR INTERNO		%	IMPACTO	TOTAL
FORTALEZAS				
F7	Los clientes perciben buena atención.	26%	5	1,30
F4	Fidelizar a nuestros clientes en fechas especiales.	23%	3	0,69
F6	Cooperativa legalmente constituida y confiable para el servicio de transporte de nuestros clientes.	20%	5	1,00
F3	Unidades de transporte actual y confortable para el cliente.	17%	5	0,85
F5	Poder adquisitivo de los clientes del sector.	14%	2	0,28
DEBILIDADES				
D9	Capital humano mediamente satisfecho.	30%	-5	-1,50
D2	Falta de planificación.	23%	-5	-1,15
D7	Escasa capacitación continua a los conductores.	17%	-4	-0,68
D5	No se tiene información financiera oportuna para proyecciones o la toma de decisiones.	17%	-4	-0,68
D4	El personal no cuenta con suficiente profesionalismo.	13%	-4	-0,52
				-0,41

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

Análisis

Como se demuestra en la matriz el impacto de las debilidades supera al impacto de las fortalezas con -0,41, lo cual debemos establecer estrategias de mejora en atención al cliente disminuyendo la insatisfacción del capital humano

Factores Externos

Tabla 26 Factores Externos

FACTOR EXTERNO		%	IMPACTO	TOTAL
OPORTUNIDADES				
O10	Servicio rápido, seguro y efectivo	26%	5	1,30
O9	Cliente satisfecho	23%	5	1,15
O8	Aplicación de tecnología más eficaz	20%	3	0,60
O4	Servicio con características diferenciadoras	17%	5	0,85
O3	Desarrollo de planes de transporte que satisfagan a los clientes	14%	4	0,56
AMENAZAS				
A10	Cambio de hábitos de los clientes	27%	-5	-1,35
A9	Bajar el costo de los precios del transporte	24%	-4	-0,96
A7	Mayor incursión de competidores al Taxismo	18%	-5	-0,90
A6	Perdida de alianzas con las empresas cercanas al sector.	18%	-4	-0,72
A8	Poca capacidad de inversión.	12%	-3	-0,36
				0,17
Fuente: Investigación propia Elaborado por: Gisell Reina				

Análisis

En la matriz el impacto de las oportunidades supera el impacto de las amenazas con un porcentaje de 0,17 en positivo, sabiendo que se tiene que aprovechar un servicio rápido seguro y efectivo disminuyendo los hábitos inadecuados de los clientes.

Tabla 27 Material Foda

MATRIZ FODA		FACTOR INTERNO			
		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		F7	Los clientes perciben buena atención.	D 9	Capital humano mediamente satisfecho.
F4	Fidelizar a nuestros clientes en fechas especiales.	D 2	Falta de planificación.		
F6	Cooperativa legalmente constituida y confiable para el servicio de transporte de nuestros clientes.	D 7	Escasa capacitación continua a los conductores.		
F3	Unidades de transporte actual y confortable para el cliente.	D 5	No se tiene información financiera oportuna para proyecciones o la toma de decisiones.		
F5	Poder adquisitivo de los clientes del sector.	D 4	El personal no cuenta con suficiente profesionalismo.		
FACTOR EXTERNO		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
OPORTUNIDADES		FO	Plan de mejora para atención al cliente	D O	Sistema de comunicación efectiva entre los colaboradores
O10	Servicio rápido, seguro y efectivo				
O9	Cliente satisfecho				
O8	Aplicación de tecnología más eficaz				
O4	Servicio con características diferenciadoras				
O3	Desarrollo de planes de transporte que satisfagan a los clientes				
AMENAZAS		FA	Sistema de motivación en los colaboradores de la cooperativa "BAKKER DOS"	D A	Segmentación de mercado
A10	Cambio de hábitos de los clientes				
A9	Bajar el costo de los precios del transporte				
A7	Mayor incursión de competidores al Taxismo				
A6	Perdida de alianzas con las empresas cercanas al sector.				
A8	Poca capacidad de inversión.				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

ESTRATEGIAS

- Plan de mejora para atención al cliente

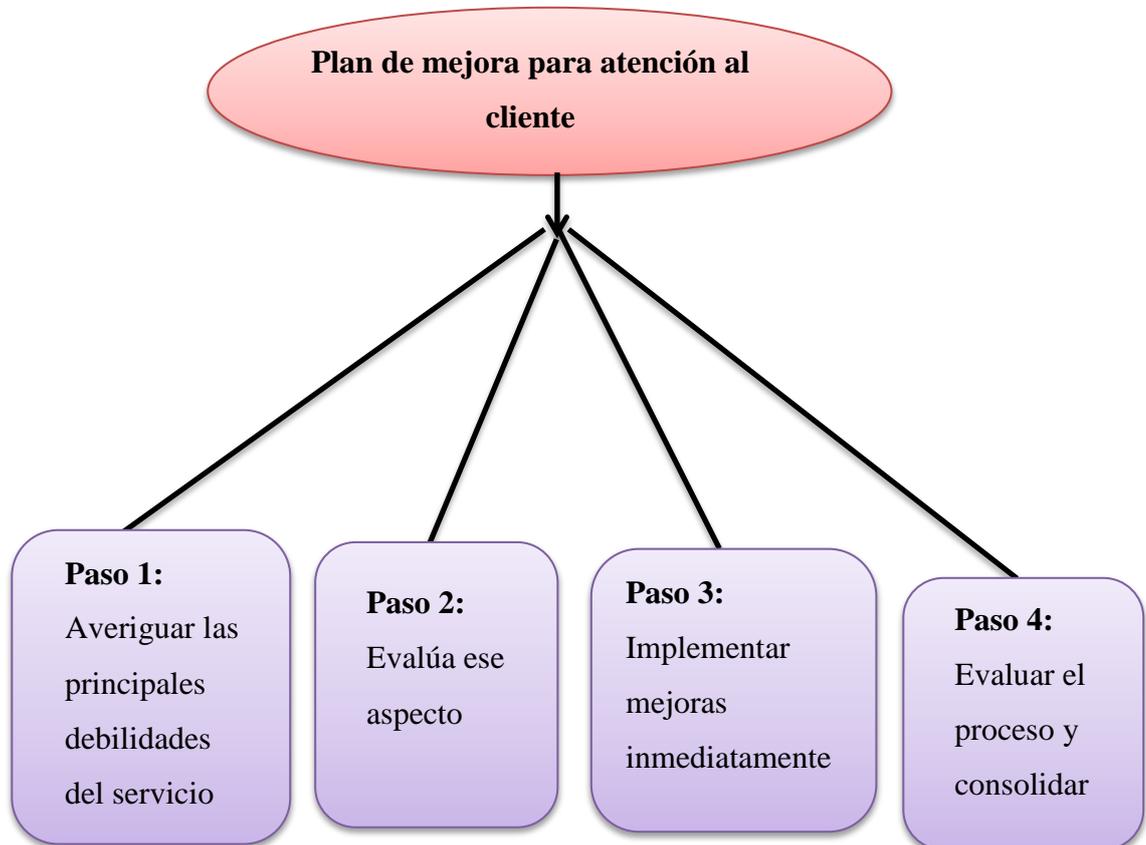


Figura 9 Paso 4: Evaluar el proceso y consolidar

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina



Figura 10 Atención al cliente

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=lo3BzsqDP68>

- **Sistema de comunicación efectiva entre los colaboradores**

Comunicación -jefe-empleado

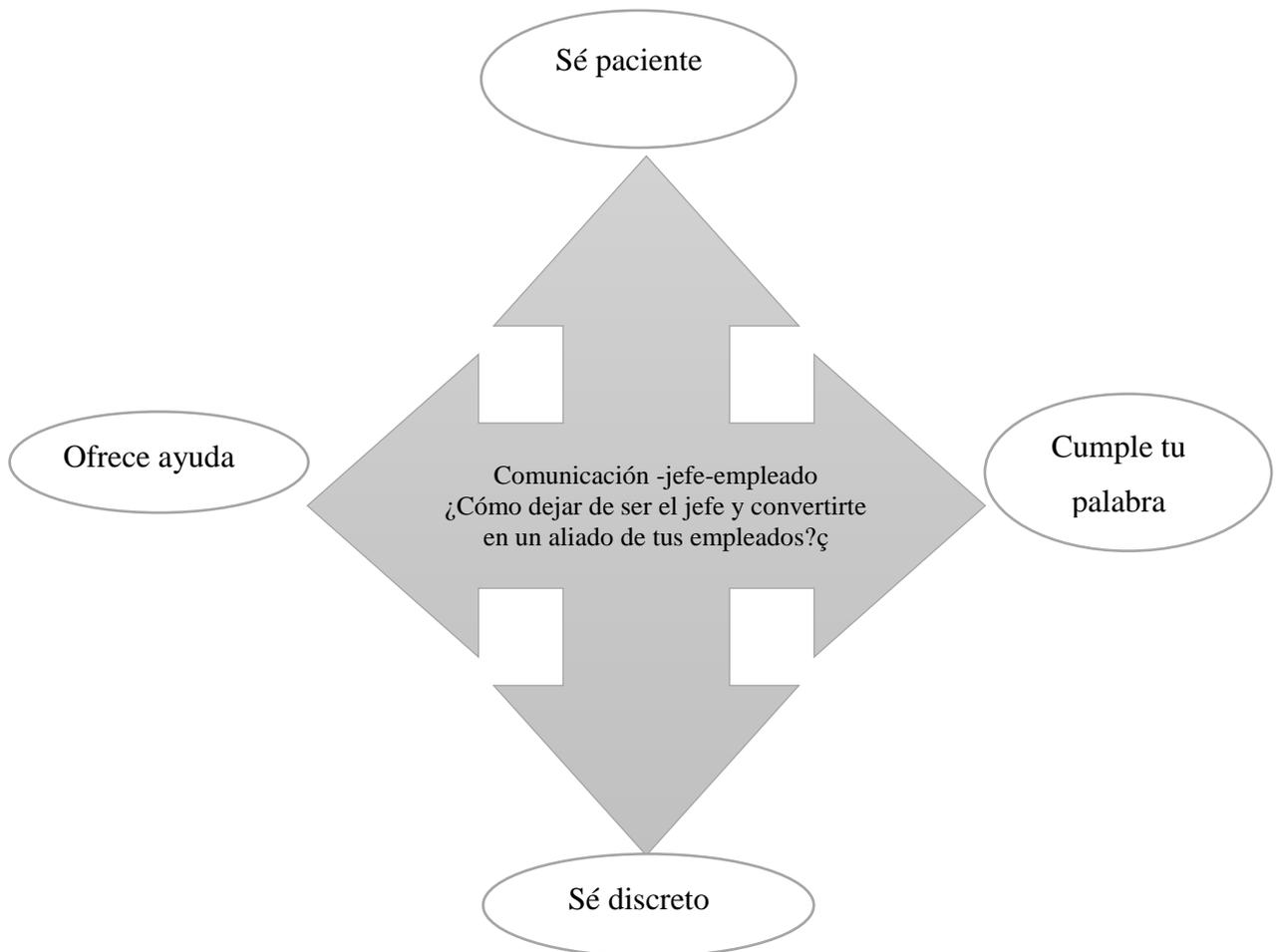


Figura 11 Comunicación jefe empleado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina



Figura 12 Sistema de comunicación

Fuente: <https://www.slideshare.net/ZuligerHidalgo/comunicacin-efectiva-62201106>

- **Segmentación del mercado**

Si después de plantearnos la pregunta: ¿a quién intentamos prestar el servicio?, nuestra respuesta es a todo el mundo. Considerar el mercado como una unidad e intentar satisfacer a todos sus integrantes con la misma atención es poco, buena es eficaz. El mercado es demasiado amplio y está formado por clientes diferentes con diversas necesidades. La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing.

Existen diferentes variables para segmentar el mercado, dependiendo de cada empresa se utilizará una combinación diferente. Las variables de segmentación de mercado se encuentran agrupadas en variables geográficas, demográficas, psicográficas y de conducta.

El Taxismo tradicional enfrenta una amenaza mortal, la competencia eficiente. Las plataformas digitales no sólo ofrecen mejores formas de solicitud de unidades, precios y medios de pago, sino que cuentan con los incentivos (a través de

calificaciones de usuarios) para que los conductores se esfuercen por cautivar a sus clientes en sus viajes. El resultado: una mejor experiencia, de principio a fin, que el Taxismo tradicional no sabe, o no quiere, brindar.

Esta contingencia ha obligado a los gremios tradicionales a unir fuerzas, no en busca de mejorar sus servicios, sino de conseguir un favor político. Paralizan a la ciudad y se congregan en una vía principal de la ciudad con el único fin de que las autoridades les garanticen por la fuerza el mercado que no pueden ganar con sus servicios. (Medina, 2014)

Dentro de la cooperativa el impacto que se desea ofrecer al mercado es una mejor atención a los clientes, mayor inversión para adquirir unidades confortables y de mayor comodidad al mercado que en nuestro caso son los clientes que necesitan transporte.

Nuestro punto principal como cooperativa dedicada al Taxismo es el captar clientes ya sea en el norte, centro o sur de la ciudad, tomando en cuenta que en el norte se tiene mayor acogida ya que la cede se encuentra en el Comité del pueblo.

SUR	VALLE	CENTRO	NORTE
Poca Afluencia	Poca Afluencia	Mediana Afluencia	Mayor Afluencia

Figura 13 Segmentación del mercado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina



Figura 14 Segmentación del mercado

Fuente: <http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque>

- **Sistema de plan de motivación**

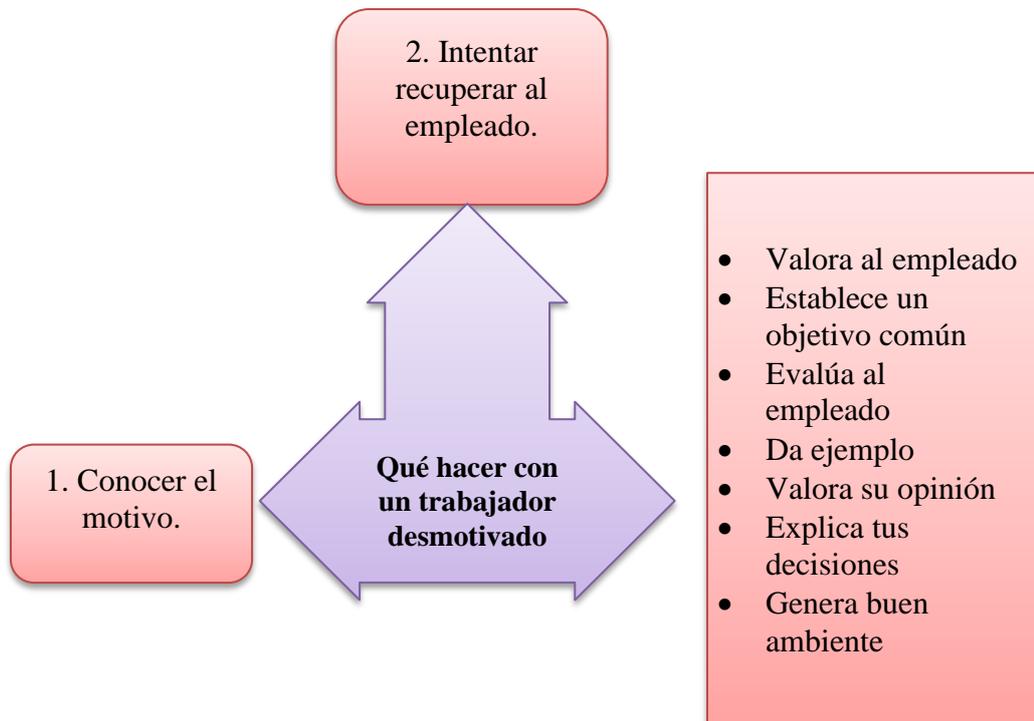


Figura 15 Sistema de plan de motivación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina



Figura 16 Plan de motivación

Fuente: <http://elrinconemprededordehoy.blogspot.com/2011/05/incentivos-y-motivacion-laboral.html>

Impacto Económico

Debido a la importancia del personal dentro del funcionamiento de la empresa, en esta propuesta se plantea mejorar la relación existente con las demás partes que configuran en ella, la percepción de éste, así como una propuesta para reforzar los factores positivos, sustituir los factores negativos en propuestas que beneficien a la cooperativa, logrando de esta manera un mayor compromiso con la calidad de atención al cliente y la productividad.

La Cultura Organizacional condiciona el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones, es ella quien determina el Recurso Humano la permanencia generando en él eficacia, diferenciación, innovación y adaptación.

Los trabajadores de la cooperativa dadas las características que presentan, se encuentran sometidos al estrés, siendo llevados a una atmósfera de descontento y desmotivación; dando resultado a un clima negativo que se refleja en preocupaciones, malestares físicos, psíquicos, inseguridad y baja productividad; desde luego, pueden ser múltiples las causas que dan paso al mal clima laboral con manifestación de la incertidumbre, inestabilidad económica, despido, pérdida de socios, debido a la naturaleza del trabajo cambiante; tal vez ahora resulta más frecuente, pero es un hecho que presenciar un mal clima laboral en el trabajo representa una amenaza para la producción de los trabajadores y como consecuencia afecta a la cooperativa, es por eso que con la implementación del plan estratégico se dará solución a muchos problemas ya mencionados.

Impacto Social

En los últimos años la cooperativa de taxis BAKKER DOS a pesar de todos los problemas suscitados ha sabido manejar las preocupaciones del cliente con rapidez, el servicio al cliente representa un área en la que las organizaciones se destacan y captan los puntos de vista de los consumidores. Los socios eficientes que prestan servicio al cliente, tratan de resolver los problemas a medida que ocurren, y si es posible, los evitan.

Tratar a los clientes con respeto, saludarlos con entusiasmo y esmerarse para resolver cualquier problema y asunto, pueden hacer con que los clientes vuelvan. Cuando las empresas buscan resolver los problemas y las cuestiones de una manera rápida, agradable y eficiente, los clientes siguen confiando en la empresa y mantienen la relación comercial. Además, los clientes satisfechos ayudan a difundir un positivo boca-a-boca, lo que resulta en una vía adicional de publicidad para la empresa. Las pequeñas empresas pueden competir con las grandes empresas, cultivando las relaciones con sus clientes a través de la atención y el cuidado personales.

Impacto Ambiental

La investigación realizada permitió examinar los factores que afectan al individuo en la organización a través de su percepción y determinar aquellos que inciden positiva o negativamente en el rendimiento de su fuerza de trabajo.

Se identificaron los ítems asociados al Clima Laboral, donde se presentaron diferencias y similitudes en el comportamiento de los colaboradores de la

cooperativa estudiadas, así como las coincidencias o no de algunos de los aspectos estudiados asociados a las principales inconformidades de los trabajadores.

Es por eso que se provee incrementar un plan estratégico para un mejoramiento de dicho clima laboral porque de esta manera los colaboradores sienten que el clima es favorable cuando están haciendo algo útil que les proporciona un sentido de valor personal, con frecuencia desean trabajos que representen un desafío, que sean intrínsecamente satisfactorios. Muchos buscan también la responsabilidad y la oportunidad de tener éxito, quieren ser escuchados y tratados de tal manera que se les reconozca su valor como individuos y desean sentir que la organización se preocupa realmente por sus necesidades y problemas.

Plan de acción

Tabla 28 Plan de acción

Estrategia	RESPONSABLE	INDICADOR	FORMA DE CALCULO	VALOR
Plan de mejora para atención al cliente	Departamento de operación	Porcentaje de clientes satisfechos	$\frac{\text{clientes satisfechos}}{\text{clientes totales}} \times 100$	1000 dólares
Sistema de comunicación efectiva entre los colaboradores	Gerente	Porcentaje de satisfacción en la comunicación entre colaboradores	$\frac{\text{colaboradores satisfechos}}{\text{colaboradores totales}} \times 100$	0 dólares
Segmentación del mercado	Departamento administrativo	Porcentaje de nuevos clientes	$\frac{\text{clientes nuevos}}{\text{clientes totales}} \times 100$	1000 dólares
Sistema de motivación	Gerente	Porcentaje de colaboradores motivados	$\frac{\text{clientes satisfechos}}{\text{clientes totales}} \times 100$	200 dólares

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

CAPÍTULO VI

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01 Recursos Humanos

Recursos humanos

Gerencia general

Operadoras

6.02 Recursos Audiovisuales

Computadora Portátil

Infocus

Pizarra

Infraestructura

Sala de reuniones

Mesas (10)

Sillas (60)

6.02 Presupuesto

Tabla 29 Suministros y materiales

SUMINISTROS Y MATERIALES				
MATERIALES	CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Carpetas	60	Universitario	\$ 1,50	90,00
Resmas de papel bond	8	75 gramos	\$ 4,00	32,00
Anillados	60	Papelería	\$ 1,25	75,00
Impresiones paginas	200	Papelería	\$ 0,10	20,00
Internet por mes	6	Claro	\$ 30,00	180,00
RECURSOS HUMANOS Y LOGISTICA				
TOTAL PARCIAL				\$397,00
5% IMPREVISTOS				\$19,85
TOTAL GENERAL				\$416,85

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

6.01 Cronograma

Tabla 30 Cronograma

ACTIVIDAD	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
INVESTIGACION DEL TEMA	■	■	■	■																				
ANTECEDENTES					■	■	■	■																
ANALISIS DE INVOLUCRADOS									■	■	■	■												
PROBLEMAS Y OBJETIVOS													■	■	■									
ANALISIS DE ALTERNATIVAS																■	■	■						
PROPUESTA																			■	■	■	■		
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS																						■		
ENTREGA DE PROYECTO																						■		

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

1.-Podemos concluir que para lograr un cliente satisfecho se debe prestar un servicio de calidad ya que el cliente es la persona más importante dentro de la cooperativa.

2.-Existe un índice elevado de independencia y mala comunicación entre los trabajadores al momento de brindar un servicio o asesoría a los socios o no socios.

3.-El plan estratégico es un factor importante para el cumplimiento de los procesos internos de la empresa como; Misión, Visión, valores, actitudes, habilidades, crecimiento personal, profesional en los trabajadores, son medios de comunicación que permitirán su desempeño con mayor eficiencia durante el tiempo de permanencia dentro de la cooperativa.

4.-Podemos concluir que la segmentación de mercado realizada por la cooperativa no es la más adecuada ya que ofrecen una visión de mercado totalmente distinta que no está dando los resultados esperados.

7.01 Recomendaciones

1.-Se recomienda implementar el plan estratégico de acuerdo a las normativas y estatutos establecidos en la Cooperativa de Taxis Bakker Dos de Quito mediante el tema propuesto en este proyecto.

2.-Inducir permanentemente a los trabajadores para mejorar su desempeño laboral, tomando en consideración que recibirán un incentivo luego de haber logrado llegar a sus metas establecidas de manera mensual, bimestral a nivel de toda la cooperativa.

3.-Crear actividades de integración entre socios y colaboradores, fomentando y enriqueciendo el clima laboral ya que mejorando las relaciones interpersonales dentro de la cooperativa mejorara su productividad.

4.-Realizar indagaciones continuas que permitan mejorar el clima laboral dentro de la cooperativa y en toda la organización fomentando el compañerismo entre socios y colaboradores con el fin de crear un mayor compromiso y una mejor atención al cliente.

BIBLIOGRAFIA

- (<https://www.emprendepyme.netl>, 2. (s.f.). (<https://www.emprendepyme.netl>, 2012).
Obtenido de (<https://www.emprendepyme.netl>, 2012)
- 6), (. N. (s.f.). *Clima Laboral*. Obtenido de
<https://www.google.com.ec/search?ei=0euyWqvVKqbJ5gLq5rjACw&q=%28Secretaria+Nacional+de+la+Administraci%C3%B3n+P%C3%ABblica+CLIMA+LABORAL&oq=%28Secretaria+Nacional+de+la+Administraci%C3%B3n+P%C3%ABblica+CLIMA+LABORAL>
- Adsticas. (2015).
[www.descuadrando.com/Plan_estrat%C3%A9gico#Caracter.C3.ADsticas](http://descuadrando.com/Plan_estrat%C3%A9gico#Caracter.C3.ADsticas).
Obtenido de
http://descuadrando.com/Plan_estrat%C3%A9gico#Caracter.C3.ADsticas:
http://descuadrando.com/Plan_estrat%C3%A9gico#Caracter.C3.ADsticas
- ANDES. (2018). www.andes.info.ec. Obtenido de <https://www.andes.info.ec>:
<https://www.andes.info.ec/es/noticias/sociedad/1/ecuador-garantiza-calidad-servicio-publico-buen-clima-laboral>
- Andres. (2012). www.tiposde.org.com. Obtenido de <http://www.tiposde.org.com>:
<http://www.tiposde.org/cotidianos/678-planes/#ixzz53uF7fxN6>
- Arias, A. S. (2012). www.economipedia.com/definiciones/productividad.html.
Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/productividad.html>:
<http://economipedia.com/definiciones/productividad.html>
- Arnao, E. E. (2014). www.gestiopolis.com. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com>:
<http://www.gestiopolis.com>
- Belloví, M. B. (s.f.). *Gestión de proyectos*. Obtenido de
<http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/NTP/NTP/NTP%201031.pdf>
- Caira, E. (2015). www.google.com. Obtenido de <https://www.google.com>:
https://www.google.com.ec/search?biw=1366&bih=637&tbm=isch&sa=1&ei=0e6yWvfqOY-55gLY0qfABQ&q=clima+laboral+inadecuado&oq=clima+laboral+inadecua do&gs_l=

- Castillo, Y. A. (2014). *www.monografias.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com>:
<http://www.monografias.com/trabajos104/evaluacion-del-desempeno-laboral/evaluacion-del-desempeno-laboral.shtml>
- Chiner. (2014). *www.rua.ua.es*. Obtenido de <https://rua.ua.es>:
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>
- Clemente., V. H. (2016). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de www.gestiopolis.com:
www.gestiopolis.com/motivacion-concepto-y-teorias-principales/
- COLANTA. (2018). *www.colanta.com*. Obtenido de <http://www.colanta.com>:
<http://www.colanta.com.co/institucional/valores-corporativos/>
- Concalvez. (2013). *www.climalaboraladecuado.com*. Obtenido de <http://www.climalaboraladecuado.com>: <http://www.climalaboraladecuado.com>
- Daysy. (s.f.). *La matriz de marco lógico*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos88/matriz-marco-logico/matriz-marco-logico.shtml>
- Edenred. (s.f.). *Cómo motivar a empleados desmotivados*. Obtenido de <https://www.edenred.es/blog/como-motivar-a-empleados-desmotivados/>
- Egúsquiza, M. (2012). *www.igulegusquiza.wordpress.com*. Obtenido de <https://miguelegusquiza.wordpress.com>:
<https://miguelegusquiza.wordpress.com/2010/05/01/el-clima-organizacional-alterado-del-transporte-y-el-clima-meteorologico-perturbado/>
- EmprendePyme. (2016). *www.emprendepyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net>: <https://www.emprendepyme.net>
- EmprendePyme.net. (2016). *www.emprendepyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net>: <https://www.emprendepyme.net/amenazas-de-una-empresa.html>
- EmprendePyme.net, ©. 2. (s.f.). *Debilidades de una empresa*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/debilidades-de-una-empresa.html>
- EmprendePyme.net, ©. 2. (s.f.). *Oportunidades de una empresa*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/oportunidades-de-una-empresa.html>

- Espinosa, R. (2013). *www.robtoespinosa.es*. Obtenido de <http://robtoespinosa.es>:
<http://robtoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- FEDETAXIS. (2014). *www.fedetaxisecuador.com*. Obtenido de
<http://www.fedetaxisecuador.com>.
- FEDETAXIS. (s.f.). <http://www.fedetaxisecuador.com/historia.html>. Obtenido de
<http://www.fedetaxisecuador.com/historia.html>:
<http://www.fedetaxisecuador.com/historia.html>
- Flores. (2014). *www.definicionabc.com*. Obtenido de
<https://www.definicionabc.com>: <https://www.definicionabc.com>
- Galán, J. S. (2014). *www.economipedia.com*. Obtenido de <http://economipedia.com>:
<http://economipedia.com/author/j-sanchez/>
- Gardey, A. (2013). *www.definicion.de/negocio.com*. Obtenido de
<https://definicion.de/negocio.com>: (<https://definicion.de/negocio/>)
- Gestion. (2012). *www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4004/que-es-el-clima-organizacional/*. Obtenido de <http://www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4004/que-es-el-clima-organizacional/>:
[/www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4004/que-es-el-clima-organizacional/](http://www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4004/que-es-el-clima-organizacional/)
- GOMEZ, K. N. (2011). *www.repositorio.unac.edu.pe*. Obtenido de
<http://repositorio.unac.edu.pe>:
<http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/1123/016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guiadelacalidad. (2013). *www.guiadelacalidad.com*. Obtenido de
<http://www.guiadelacalidad.com>: <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/plan-estrategico>
- Hernan. (2013). *www.elfofa-delgerente.blogspot.com*. Obtenido de <http://elfofa-delgerente.blogspot.com>: <http://elfofa-delgerente.blogspot.com/2008/04/ventajas-y-desventajas-de-la.html>
- Hofacker, A. (2008). *Rapid lean construction - quality rating model*. Manchester: s.n.

- http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estragico.aspx. (s.f.).
http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estragico.aspx.
Obtenido de
http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estragico.aspx
- <https://www.emprendepyme.net/>*. (2012). Obtenido de
<https://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html>
- Humanos, C. d. (s.f.). *comunicacion entre jefe y empleado*. Obtenido de
<http://www.losrecursoshumanos.com/comunicacion-entre-jefe-y-empleado/>
- Jimenez, J. (s.f.). *Matriz de Objetivos*. Obtenido de
https://prezi.com/8lnuascw19e_/matriz-de-objetivos-omax/
- Joblers. (2018). *www.joblers.net/la-importancia-del-clima-organizacional.html*.
Obtenido de <https://www.joblers.net/la-importancia-del-clima-organizacional.html>: <https://www.joblers.net/la-importancia-del-clima-organizacional.html>
- Julián, P. (2017). *www.definicion.com*. Obtenido de <https://definicion.com>:
<https://definicion.com>
- Koskela, L. (1992). *Application of the new production philosophy to construction*.
Finland: VTT Building Technology.
- Leon. (2012). *www.matrizdealternativas.com*. Obtenido de
<http://www.matrizdealternativas.com>.
- Medina, E. P. (2014). *www.dereconomia.com*. Obtenido de
<https://dereconomia.com>: <https://dereconomia.com/sobre-taxismo-y-competencia-207302dd62d4>
- Merino, J. P. (2014). *[//definicion.de/comportamiento/](http://definicion.de/comportamiento/)*. Obtenido de
[//definicion.de/comportamiento/](http://definicion.de/comportamiento/): [//definicion.de/comportamiento/](http://definicion.de/comportamiento/)
- Merino., J. P. (2013). *[\(https://definicion.de/organizacion/\)](https://definicion.de/organizacion/)*. Obtenido de
[\(https://definicion.de/organizacion/\)](https://definicion.de/organizacion/): [\(https://definicion.de/organizacion/\)](https://definicion.de/organizacion/)
- O, G. (s.f.). *consepto definicion* . Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/objetivo/>
- Obelisco. (2012). *www.climaorganizacional.com*. Obtenido de
<http://www.climaorganizacional.com>.

- Obregón, J. R. (2015). *www.paginas.facmed.unam.mx*. Obtenido de <http://paginas.facmed.unam.mx>:
<http://paginas.facmed.unam.mx/deptos/sp/wp-content/uploads/2015/11/03REYNAGA1.pdf>
- Pérez, J. (2012). *www.definicion.de/plan.com*. Obtenido de <https://definicion.de/plan.com>: (<https://definicion.de/plan/>)
- Pizzo Mariana. (2013, j. 2. (s.f.). *Plan de mejoramiento en la calidad del servicio al cliente, inmediato y simple*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/plan-de-mejoramiento-en-la-calidad-del-servicio-al-cliente-inmediato-y-simple/>
- Renatamarcinia. (2015). *www.renatamarciniak.wordpress.com/2013/08/22/10-ventajas-de-realizar-un-plan-estrategico/*. Obtenido de <http://www..renatamarciniak.wordpress.com/2013/08/22/10-ventajas-de-realizar-un-plan-estrategico/>: renatamarciniak.wordpress.com/2013/08/22/10-ventajas-de-realizar-un-plan-estrategico/
- Resolución Rectoral No 990-2012-R.- Callao*. (s.f.). Obtenido de <http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/1123/016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santibáñez, P. S. (s.f.). *Claves para mejorar la relación con tus empleados*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/268999>
- Ucha., F. (2014). Obtenido de <http://www.definicionabc.com>:
www.definicionabc.com/general/satisfaccion.ph
- VEGA. (2012). *www.climaorganizacional.com*. Obtenido de <http://www.climaorganizacional.com>.
- Vega, M. M. (s.f.). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=430153>
- www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4004/que-es-el-clima-organizacional/. (s.f.). www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4004/que-es-el-clima-organizacional/. Obtenido de www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4004/que-es-el-clima-organizacional/

ANEXOS

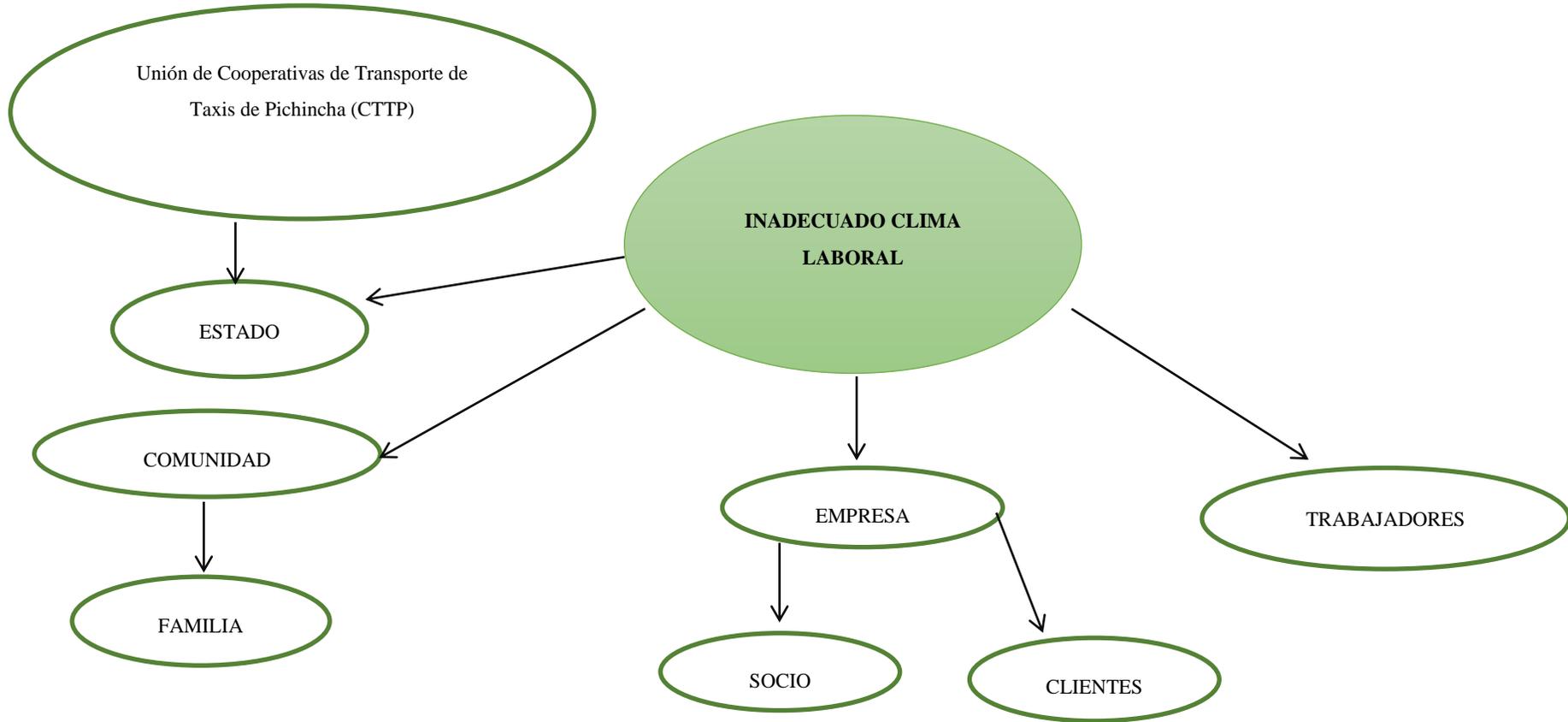
Anexo 1 Apéndice A (Matriz “T”)

Matriz “ T ”					
Situación Empeorada		Situación Actual		Situación Mejorada	
Baja productividad y bajos ingresos económicos por la mala atención a los socios y a los clientes de la cooperativa		Inadecuado clima laboral		Buen clima laboral, mejorar la atención a los socios y clientes de la cooperativa	
Fuerzas Impulsadoras	REAL	IDEAL	REAL	IDEAL	Fuerzas bloqueadoras
	-	+	+	-	
	1	PC	1	PC	
Ayudar con la optimización del clima laboral e incrementar de manera objetiva la comunicación	1	4	4	2	Desinterés por parte de los trabajadores de la cooperativa
Mejorar la eficiencia de los canales de comunicación internos	2	4	4	2	Rumores mal infundados dentro de la cooperativa
Proponer talleres motivacionales que fortalezcan el clima laboral	1	4	4	2	No contar con un presupuesto para el plan
Elaboración de talleres motivacionales enfocados en el clima laboral	1	4	3	1	Carencia de tiempo para las actividades
Desarrollo de actividades de integración	1	4	4	2	La no aceptación del grupo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Anexo 2 Apéndice B (Mapa de involucrados)



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

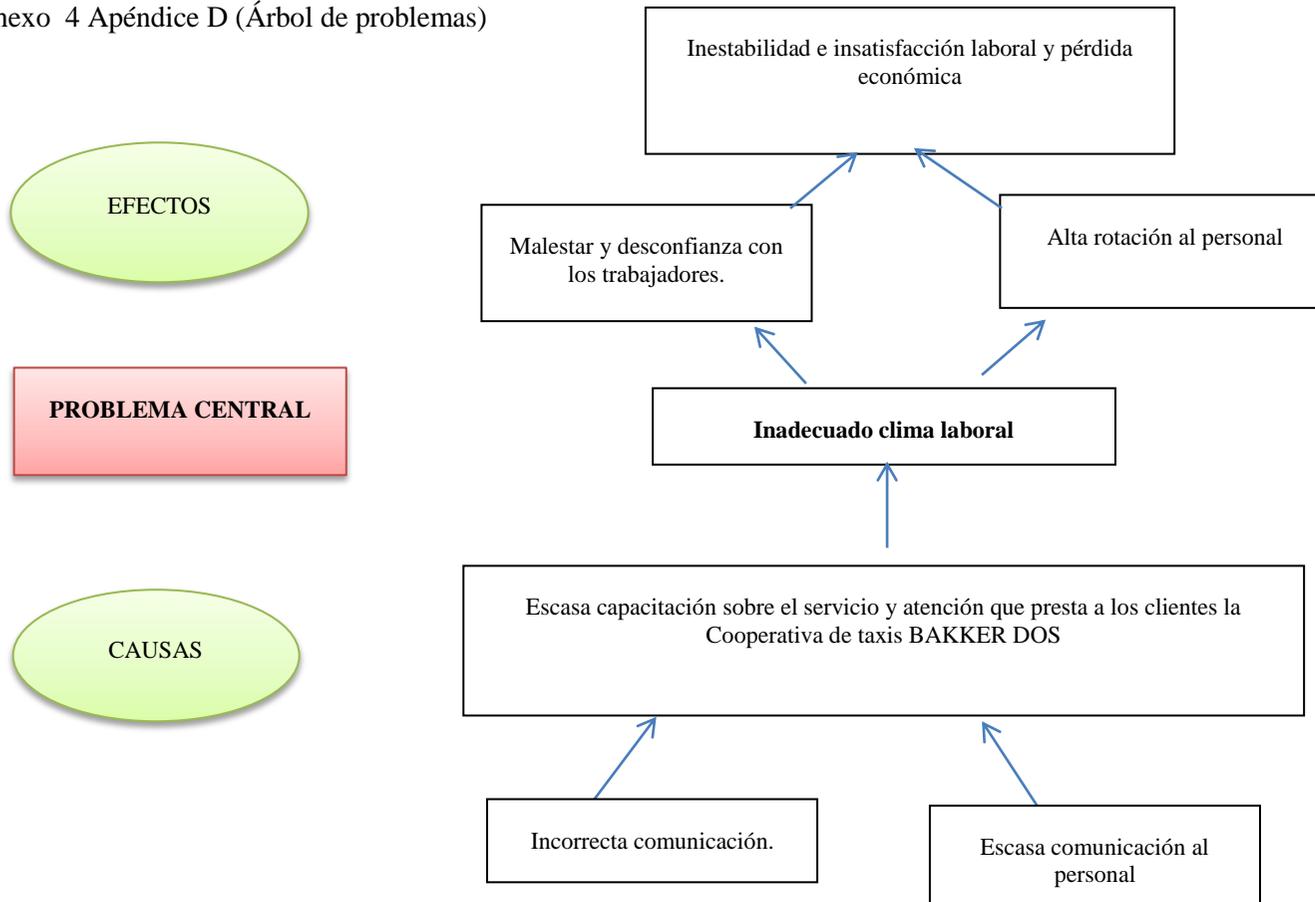
Anexo 3 Apéndice C (Matriz de análisis de involucrados)

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERES SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS MANDATOS Y CAPACIDADES	INTERESES SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTIVOS POTENCIALES
ESTADO	Implementa capacitaciones para los trabajadores en selección de personal	Desinterés en la inasistencia de capacitaciones que brinda el estado	Plan nacional de buen vivir 2013 2017 TOMO 1 Resolución 2 Registro oficial Suplemento 78 de 11 sep. 2013	Proponer políticas para la implementación de la cultura de paz y la convivencia armónica	No hay estabilidad laboral
EMPRESA	Compromiso para trabajar conjuntamente con la empresa	Carencia en la autonomía de los trabajadores	Recurso Humano Recurso Financiero	Mejorar el clima laboral	Conflicto competitivo
TRABAJADORES	El clima óptimo de cada trabajador	Conflictos interpersonales	Recursos humanos	Brindar un servicio de calidad	Información Incompleta
	Captar más clientes para la empresa	Clientes no satisfechos por la mala atención	Ley de Unión de Cooperativas de Transporte de Taxis de Pichincha (CTTP) Recursos Humanos	Mejorar la calidad del servicio	Mala atención
COMUNIDAD					

Fuente: Investigación propi

Elaborado por: Gisell Reina

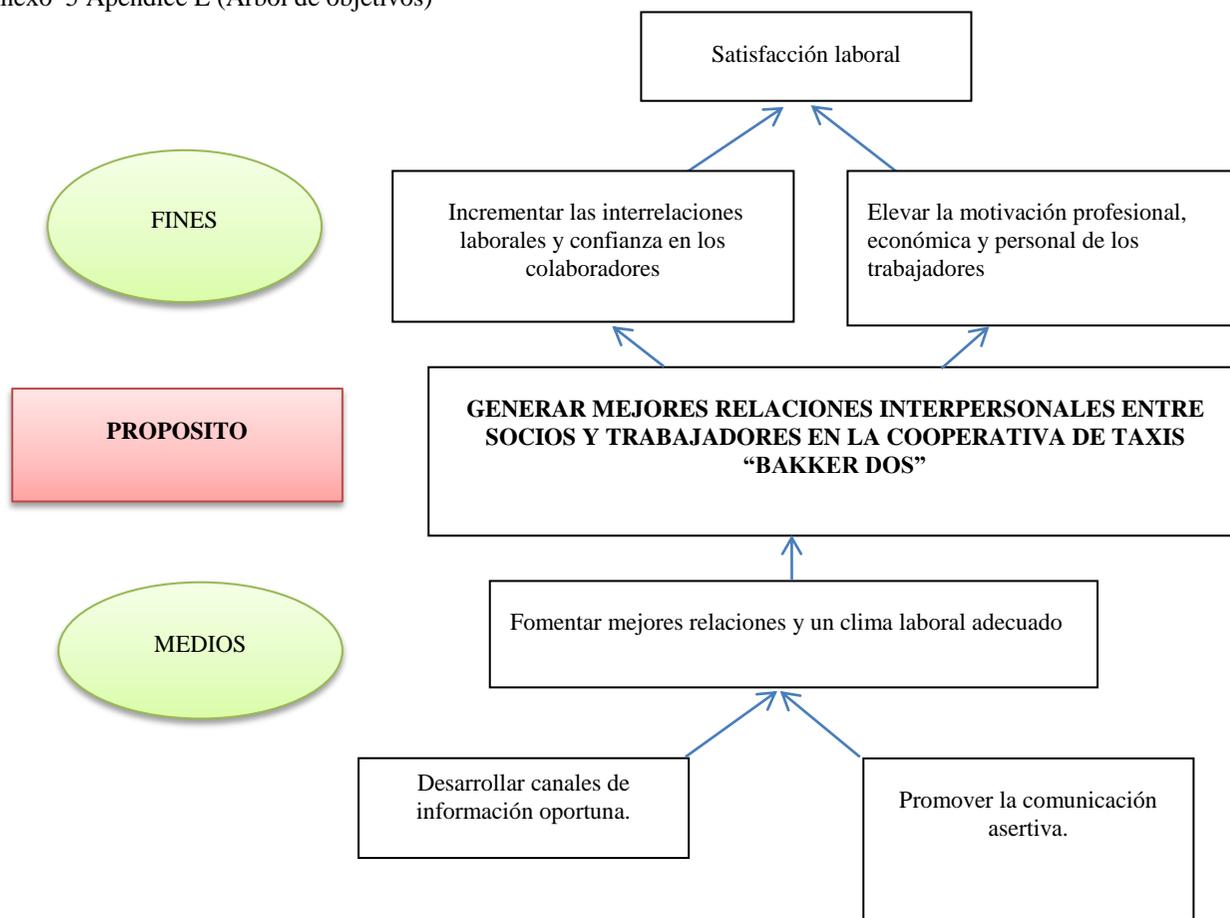
Anexo 4 Apéndice D (Árbol de problemas)



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Anexo 5 Apéndice E (Árbol de objetivos)



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Anexo 6 Apéndice F (Matriz de análisis de alternativas)

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad Política	TOTAL	Categoría
Generar excelentes relaciones interpersonales con los trabajadores	4	4	4	4	4	20	Medio alto
Desarrollar canales de información oportuna	5	4	4	5	4	22	Medio alto
Fomentar la comunicación asertiva	5	5	4	5	5	24	Alto
Promover la capacitación individual y grupal	5	4	5	4	5	23	Alto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

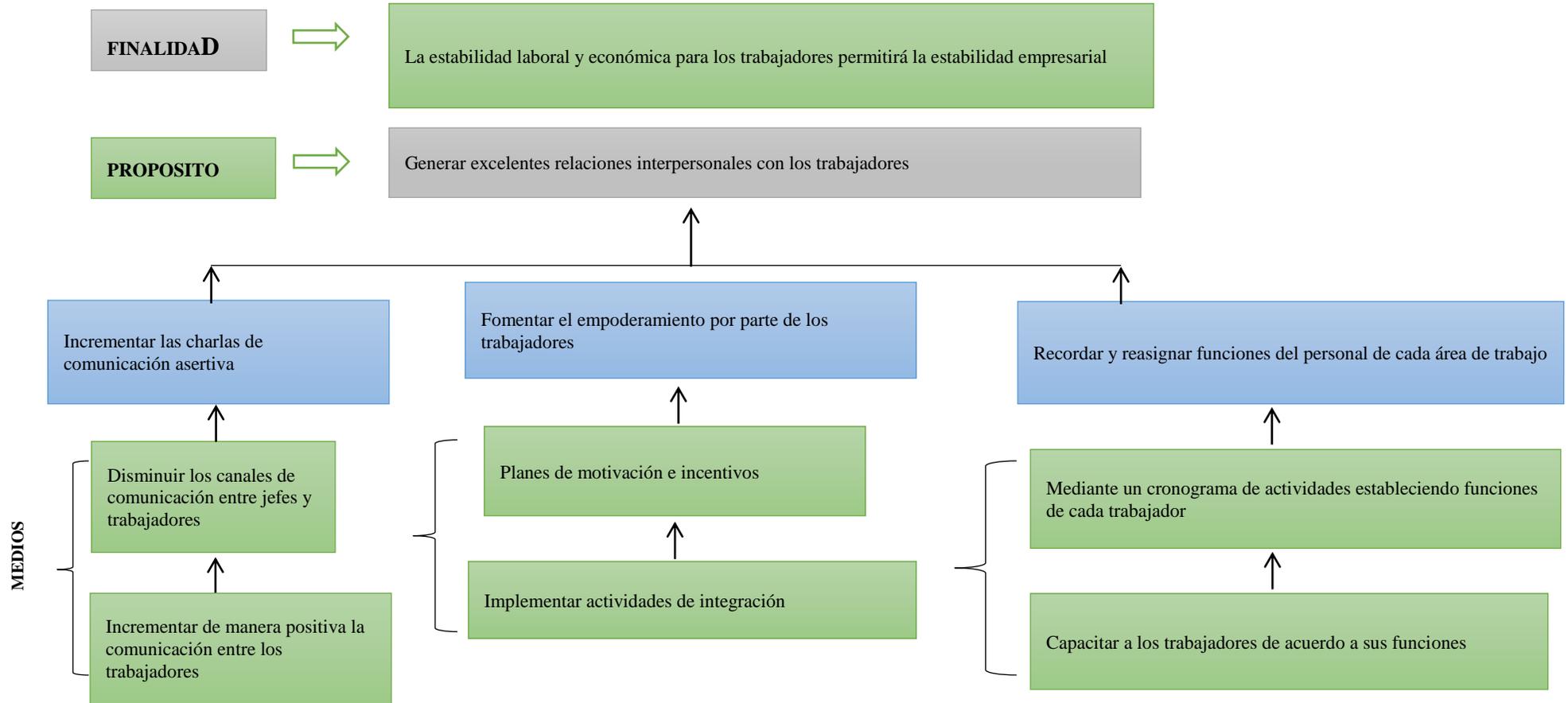
Anexo 7 Apéndice G (Matriz de análisis de impacto de objetivos)

Objetivos	Factibilidad de Lograrse	Impacto Genero	Impacto Ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total	Categoría
Generar excelentes relaciones interpersonales con los trabajadores	Mejorar las relaciones interpersonales e incrementar la eficiencia. (5)	Fomentar el respeto en los puestos de trabajo entre compañeros (4)	Educar al personal sobre la cultura del reciclaje (5)	Mejorar el ambiente laboral de los trabajadores y los procesos (4)	Mejorar el clima laboral en los empleados y socios. (5)	23	Alto
Desarrollar canales de información oportuna.	Vocación de las autoridades de la empresa para otorgar información oportuna (4)	Hacer que los hombres y mujeres de la empresa trabajen en equipo (4)	Ambiente armónico y cálido (4)	Fortalecer las funciones asignadas a cada trabajador. (4)	Fortalece el manejo adecuado del departamento de RRHH. (4)	20	Medio alto
Fomentar la comunicación asertiva	Mejorar la calidad del servicio que se oferta a los socios (4)	Sociabilidad entre hombres y mujeres (4)	Mejorar el ámbito social (4)	Incrementar el desempeño de los trabajadores. (4)	Seguimiento periódico sobre la comunicación en el grupo. (4)	20	Medio alto
Promover la capacitación individual y grupal	Contar con personal altamente capacitado para una buena motivación (5)	Estabilidad laboral para los empleados en general (4)	Estabilidad Laboral para todos los empleados. (4)	Incrementaría calidad de vida de todos los trabajadores (5)	Predisponían del personal para colaborar por el bien de la entidad. (5)	23	Alto
TOTAL						86	Alto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Gisell Reina

Anexo 8 Apéndice H (diagrama de estrategias)



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina

Anexo 9 Apéndice I (Matriz del marco lógico)

Finalidad del proyecto	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Adecuado clima Laboral entre los trabajadores de la empresa	Nivel de satisfacción de un 91 % en el ámbito laboral	Datos obtenidos de las encuestas que se va aplicar	Ambiente conforme entre todos los colaboradores y socios de la empresa
Propósito del proyecto	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Reducir el índice de conflictos que existe en la empresa	Problemas personales en un 92 % después de implementar el primer componente disminuyeron los problemas	Datos estadísticos sobre la atención que brinda la empresa	Mejorar el clima laboral y mejorar la relación familia – trabajador
Componentes del proyecto	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
1. Diferenciar la situación entre el hogar y la empresa	Problemas personales en un 92 % después de implementar el primer componente disminuyeron los problemas	Registros estadísticos de la empresa	Los trabajadores y la dirección general consideran separar los problemas familiares de los laborales
2. Impulsar una comunicación asertiva entre los miembros familiares	Los trabajadores no contaban con una comunicación asertiva en un 91 % después de efectuar dicho componente. Se oprimió el desvío de información y la falta de comunicación	Registros estadísticos de la empresa	La empresa considera necesario invertir en el taller para contar con una comunicación asertiva para el bien común de la misma y sus colaboradores
3. Controlar las emociones	No se controlaban los impulsos emocionales en un 98 % mientras que una vez que se ejecutó el componente se redujo el descontrol de las emociones en el entorno laboral en un 91 %	Registros estadísticos de la empresa	Los trabajadores y miembros familiares creen oportuno el control los impulsos emociones dentro del ámbito laboral
Actividad	Resumen del presupuesto	Medios de verificación	Supuestos de los componentes
2.1 Medición y evaluación de perfil de competencias	Equipos de computación Suministros de oficina Investigación de campo	Información obtenida por parte de la gerencia de la Unión de taxis de Pichincha	Desinterés por parte de los trabajadores Malas relaciones laborales e interpersonales Carencia de tiempo para las actividades
2.1 Taller sobre comunicación asertiva			
2.2 capacitación afectación de una mala comunicación			
3.1 facilitar la información y la formación necesaria para mejorar continua			
3.2 Actividades para mejorar las relaciones interpersonales			

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Gisell Reina



Servicio puerta a puerta 24 horas • Viajes dentro y fuera de la ciudad
Turismo • Mensajería Expres • Servicio por horas • Anapartista
Radio Frecuencia • Recorrido Empresarial

Quito, 03 de mayo del 2018

Señores:

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Presente.

De mis consideraciones:

Me permito emitir el siguiente CERTIFICADO correspondiente a la entrega e implementación del Diseño de un Plan Estratégico en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, ya que ha cumplido con los requisitos solicitados por parte de nuestra Institución, para fomentar un clima laboral adecuado en la COOPERATIVA DE TAXIS "BAKKER DOS" #59 Operadora Legal del Distrito Metropolitano de Quito.

El trabajo sobre el diseño de un Plan Estratégico para fomentar un clima laboral adecuado en la COOPERATIVA DE TAXIS "BAKKER DOS" #59 en el Distrito Metropolitano de Quito, se encuentra terminado e implementado satisfactoriamente en la institución.

Es todo lo que puedo decir en honor a la verdad.


MARCELO PEÑAFIEL BARRIOS
PRESIDENTE

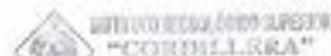


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS-PERSONAL

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se AUTORIZA realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) GISELL GABRIELA REINA MONTENEGRO, portador de la cédula de identidad N° 040122819-2, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 26 de abril del 2018



25 ABR 2018

Sra. Marcela Balseca

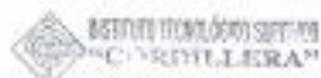
CAJA VISTO FINANCIERO



Psic. Fabián Jara
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



25 ABR 2018

9,49 JBS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villaiba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Ing. Franklin Cevallos
DIRECTOR DE CARRERA



Ing. Salsacha Prado
SECRETARÍA ACADÉMICA

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Terminada Gisell Reina.docx (D37159293)
Submitted: 4/3/2018 5:07:00 AM
Submitted By: gisellrm19@hotmail.es
Significance: 9 %

Sources included in the report:

Tesis Taller communication asertiva San Francisco.docx (D37157717)
tesis caro Final 17-05-2016.docx (D20065556)
TESIS UNIFICADA - REVISION APA.docx (D23349118)
http://www.sinnexus.com/business_intelligence/plan_estragico.aspx
<http://robertoepinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque>
<http://www.colanta.com.co/institucional/valores-corporativos/>
<https://www.emprendepyme.net/debilidades-de-una-empresa.html>
<https://www.emprendepyme.net/oportunidades-de-una-empresa.html>
<https://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html>

Instances where selected sources appear:

54



Acc. Habilitado
17/590858-8.