

**PROPUESTA PARA FORTALECER LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
TRANSPORTE PUBLICO DE PASAJEROS EN LA EMPRESA SOTRA URRRA
LTDA DE MONTERIA-CORDOBA-COLOMBIA**

**LAURA PATRICIA VILLEGAS PÁEZ
YURANIS DEL CASTILLO BAQUERO**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MONTERIA – CORDOBA**

2018

**PROPUESTA PARA FORTALECER LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS EN LA EMPRESA SOTRA URRRA
LTDA DE MONTERIA- CORDOBA**

LAURA PATRICIA VILLEGAS PÁEZ

YURANIS DEL CASTILLO BAQUERO

**TRABAJO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
TECNOLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

ASESOR:

LUIS MANUEL ZÚÑIGA PÉREZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MONTERIA – CORDOBA

2018

Nota de aceptación

Firma del presidente del
jurado

Firma del Jurado

AGRADECIMIENTOS

A Dios ante todo por darnos la oportunidad de ver cada día un nuevo amanecer, a nuestros padres por esa dedicación, esfuerzo y apoyo que nunca nos han dejado de darnos, a nuestros hermanos y demás familiares que de alguna u otra forma han aportado un granito de arena en este proceso de nuestra formación como profesional y por ese amor incondicional que siempre nos alienta a ser cada día una mejor persona.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION.....	7
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
1.1.1 <i>Descripción del Problema</i>	8, 9
1.2 Formulación del Problema.....	10
2. JUSTIFICACIÓN.....	10, 11
3. OBJETIVOS.....	11
3.1 <i>Objetivo General</i>	11
3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	11
4. MARCO DE REFERENCIA.....	11
4.1 Marco teórico.....	11,12,13
4.2 Marco conceptual.....	13,14
4.3 Marco temporal.....	15
4.4 Marco espacial.....	15
5. DISEÑO METODOLOGICO.....	15
5.1 Tipo de estudio.....	15
5.2 Método de Estudio.....	15
6. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	15
6.1 <i>Encuesta</i>	15,16,17,18,19,20
6.2 <i>Análisis de Encuesta</i>	21

7. MATRIZ DOFA.....	22
8. PROPUESTAS.....	23
9. FUENTE DE INFORMACION	24
9.1 Fuentes Primarias.....	24
9.2 Fuentes Secundarias.....	24
10. POBLACION Y MUESTRA.....	24, 25
11. DEFINICION DEL NEGOCIO.....	25
12. ESTRUCTURA OPERATIVA Y ADMINISTRATIVA.....	25
13. OBJETIVO DE INVESTIGACION.....	25
13.1 Historia.....	25,26
13.2 Misión	26
13.3 Visión.....	26
13.4 Políticas de Calidad.....	26,27
13.5 Objetivo de Calidad.....	27
13.6 Valores Corporativos.....	27
13.7 Principios.....	27,28

14. OTRA INFORMACIÓN	28
14.1 <i>Organigrama</i>	28

1. INTRODUCCION

El transporte en el mundo es el paso de la evolución del ser vivo, es el acercamiento al descendimiento y la ardua competencia contra el tiempo, el hombre siempre ha tenido la necesidad de moverse de un lugar a otro por la razón que a este le impulse, ya como fuese en la antigüedad en busca del alimento, vivienda, protección o en la actualidad por negocios, estudios, comercio entre miles actividades que el hombre ejerce a diario a través y gracias al transporte con el que contamos.

En Colombia los sistemas de transporte no son los más eficientes ni eficaces, por falta de infraestructura, financiamiento, estudios, investigaciones y la propia cultura, pero a pesar de esto cuenta con sistemas terrestres, marítimos y aéreos adecuados para cumplir con esta demanda, de igual manera logra ser más fácil la vida de la población colombiana.

Sotraurra Ltda. creada hace 15 años es una empresa dedicada al transporte terrestre de pasajeros y encomiendas ubicada en la ciudad de montería córdoba y realiza itinerarios al municipio de valencia córdoba y que ha sido de gran ayuda para este municipio, ya que anteriormente no había ninguna ruta o empresa que prestara este servicio, por las malas condiciones de carreteras entre otros motivos; aun así, sotraurra Ltda. ha aportado en gran parte al desarrollo económico de este municipio, por esta razón se quiere elaborar una propuesta para fortalecer la calidad del servicio en la empresa transportadora y así poder hacer un análisis pertinente que arroje los elementos necesarios para tomar las decisiones adecuadas y oportunas en pro del beneficio al usuario y por la importancia que tiene sotraurra Ltda. Dentro del contexto del transporte en el municipio de valencia – córdoba.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

Durante el tiempo que la empresa ha estado en el mercado, tiene dificultades ya que no cuenta con un servicio completo. En todas las economías del mundo, las empresas de transportes son de gran importancia. Las micro y pequeñas empresas de transportes cumplen un rol fundamental, pues con su aporte ofertando servicios constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo. Lo paradójico, es que muchas

empresas de este sector carecen de planes estratégicos organizacionales y las razones en parte no son fortuitas. La principal de estas razones, es que prima mucho lo urgente sobre lo importante”; no hay lugar para definir un plan detallado, porque son empresas que viven al día, con capitales limitados, y con mucha fluctuación de pedidos. La segunda razón, y no menos importante es que existe un consenso generalizado entre los microempresarios que estos planes estratégicos como se trazan a largo plazo, son útiles solo para las empresas grandes. Todos estos paradigmas le han hecho mal a este importante sector de la economía, pues todas las empresas (pequeñas, mediana o grandes) deben tener un plan estratégico por todo lo que ello implica, es decir, delimitar el terreno de juego, saber a qué se dedica, cuáles son sus objetivos, en qué son buenos y en qué deben mejorar.

Puntualmente, este proyecto propone un plan de propuesta para el mejoramiento de servicio al cliente en esta empresa de servicios de transportes sotaurra Ltda. busca un mejoramiento del posicionamiento de la compañía a través de estrategias tendentes a incrementar el uso de los servicios actuales y al desarrollo de nuevos servicios con el fin de satisfacer las nuevas necesidades de los clientes.

Esta empresa se le pretende fortalecer la calidad del servicio, por tanto se hace necesario adelantar el análisis situacional del entorno interno y externo de la empresa para determinar las oportunidades que ayuden en el adecuado proceso de toma de decisiones y ausencia de capacitación en tema de calidad específicamente del servicio, razón por la que el mundo globalizado cada día exige a las empresas de estar en la vanguardia de la innovación y de la calidad de la atención y prestación del servicio para los clientes, en este caso que es de prestación de servicios intangibles. Es por eso que buscamos fortalecer esos campos con propuestas de motivación de desarrollo que le generen a los empleados ofrecer calidad, comodidad y seguridad con buenos operadores que no solo se dediquen al transporte de los usuarios si no que brinden a ellos atenciones especiales “relajación, información y seguridad “es decir, que los clientes mantengan la calidad de servicio mediante el buen trato.

Desde sus inicios sotaurra Ltda. se ha visto envuelta en una serie de circunstancias amenazantes por el medio natural debido a su falta de su capacitación y organización. Por lo cual se pretende analizar las variables que desencadenan esta falencia a través de este estudio, logrando la eliminación de la inequidad y de la deficiencia en la planeación estratégica de los procesos y la prestación del servicio, alcanzando a afianzar propuestas en los esquemas del fortalecimiento a la calidad del servicio de la organización logrando centrar y dar la importancia que se merece la gestión del servicio.

Realizaremos una indagación sobre la empresa sotraurra Ltda. con la iniciativa de promover y revisar las estrategias de mercado las cuales se concentrarán en definir las posibilidades de negocio, así como las evaluaciones internas y externas de la empresa. El objetivo principal de este ejercicio es determinar las fortalezas y oportunidades debilidades y amenazas para luego hacer un diagnóstico de propuestas y poder neutralizar aquellos puntos que nos pueden dar desventajas en el mercado y poder desarrollar nuestras oportunidades para aumentar nuestros ideales, Para lograr lo anterior se llevará a cabo estudios de mercado de la empresa, donde formularemos propuestas para el sostenimiento de ella. Y se evaluarán los factores internos, y externos de la empresa y se llevara a cabo un análisis estratégico, donde realizaremos y evaluaremos cada uno de los puntos de la empresa.

Sotraurra Ltda. desde sus inicios no ha tenido ninguna dirección estratégica adecuada por lo cual en su fundación solo optaron por cumplir con los trámites legales y normativos que exige la ley, y en su largo trayecto los dueños no creyeron útil afianzar su estructura organizacional, lo cual evidencio que el servicio solo orientara a ser un servicio inadecuado, olvidando tener en cuenta la satisfacción de las necesidades y deseos de los usuarios, pero con el transcurrir del tiempo la competencia se ha empezado fortalecer y consideramos que es la hora de poner en práctica un plan de propuestas enfocado en la prestación de servicio en la empresa sotraurra Ltda.

1.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Qué propuestas se deben desarrollar para fortalecer el servicio al cliente en la empresa de transporte público sotraurra Ltda.?

2. JUSTIFICACION

El común denominador de las compañías en este contexto globalizado es obtener el mayor número de ventajas competitivas posibles, no se concibe otra manera más eficaz, ni más corta en el tiempo, no obstante, para ello, para lograr ese rendimiento deseable se requiere necesariamente utilizar estrategias, hecho que demanda conocimiento y experiencia. De no ser así no solo se corre el riesgo de menguar participación en el mercado, sino de desaparecer del mismo. Al contexto de esta realidad, un plan de estrategias no solo se muestra como la herramienta más eficaz para alcanzar ese nivel de competitividad deseable, sino que le permite establecer una brecha significativa en sus competidores más cercanos.

Específicamente, el implementar este le permite a la empresa tener una visión actual y del futuro que le servirá para marcar sus directrices con el mínimo error y las máximas garantías, ya que le permite obtener y administrar eficientemente los recursos para la realización del plan y el mejor empleo de estos a través de un documento escrito donde se detallan todas las variables específicas para establecer implementar propuestas, de una manera sencilla y fácil de entender, con una gran flexibilidad y facilidad de adaptación a los cambios, con estrategias coherentes, prácticas y aplicables.

En circunstancias tan particulares como la del gremio de transportes públicos en este tipo de municipios, resulta muy apropiado poder aplicar nuevas estrategias; otras opciones que le permitan a estas empresas competir en instancias más equitativas, puesto que los competidores ilegales aprovechan la desorganización y falta de autoridad de las entidades de tránsito, para seguir prestando un servicio que si bien no es seguro ni eficaz (mototaxismo, carros piratas), la gente del común lo usa, afectando la cuota participativa de las empresas legales.

Una razón no menos importante, es que, si bien las propuestas y estrategias están a la mano de cualquier empresario para su cabal aplicación en sus empresas, no siempre lo hacen; uno porque se preocupan por el "día a día" de su gestión operativa, y dos, porque desestiman su grado de eficacia aplicativa. Bastaría recordar, que la mayoría de empresas que prestan estos servicios, son administradas por sus propietarios originales, personas con 25 más experiencia que estudio, donde prima más el sentido común, la malicia, las mañas y la sabiduría popular.

En conclusión, el plan de propuestas para sotraurra Ltda. Ilustra más sobre este tema y sienta un precedente, porque hasta ahora en el mercado monteriano y valenciano, más específicamente en el sector de transporte público de pasajeros, son muy pocas las veces que sean implementado propuestas de estas características.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de mejoramiento de calidad del servicio al cliente para la empresa SOTRAURRA LTDA. Montería - Córdoba

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Elaborar un diagnóstico situacional del entorno interno y externo de la empresa.
- determinar las amenazas y oportunidades del mercado, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Identificar una propuesta para el mejoramiento del servicio.
- Realizar el presupuesto para realizar el plan de acción.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 MARCO TEORICO

Son determinantes las características metodológicas del anteproyecto para la realización del proyecto (trabajo de grado) significativo para factores que encierran el todo de la empresa, donde el análisis del ambiente externo exige más adaptación a los cambios de las necesidades de los clientes y que se segmenta en el entorno interno de la empresa para que el sistema integrado funcione efectivamente. Razón que motiva a sotraurra Ltda. a buscar tácticas que afiancen la planeación organizacional y estratégica. Lo que hace claro que los recursos físicos, humanos y organizacionales son los que ayudan a la empresa a desarrollar las oportunidades y a neutralizar las amenazas. Y es así como sotraurra Ltda. refleja un estado carente de planeación e integración de personal, pero que frente a la competencia se muestra fuerte para la región por su valor agregado en el mercado. Implementar un plan de propuesta dirigido a fortalecer la calidad del servicio de la empresa es poner en función todos los lineamientos de

una cultura organizacional enfocada al servicio y a conocer de fondo las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que la empresa tiene para poder tomar decisiones en pro al beneficio, no solo de sus dueños sino de una población que durante años sufrió por la necesidad de transportarse en un medio que estuviera a disposición de ellos y no ellos a disposición del servicio como paso durante tantos años para estas regiones, donde los únicos vehículos provenían únicamente de Bogotá y solo cumplían con una ruta diaria.

La realización de este trabajo de grado nos permitió cumplir con los objetivos que nos impusimos desde el día que decidimos iniciar este proceso desde la recolección del más mínimo dato que nos ayudaría a buscar la solución a las deficiencias evidenciadas en la empresa Sotaurra Ltda. Al elaborar la matriz DOFA nos dimos cuenta que la empresa contaba con un personal capacitado para desarrollar cada uno de los contratos que realizaba, pero que no contaba con ningún departamento que realizara la búsqueda de clientes ni contaba con un gerente operativa que desarrollara la supervisión de los mismos además que emprendiera la búsqueda de nuevos clientes, porque no se cuenta con ningún personal apto para esta labor. El análisis de esta misma nos permitió desarrollar propuestas donde nos ayuda a contemplar el direccionamiento de este trabajo y que nos permitirá la atracción de nuevos clientes por medio de la edición de estos que contempla este servicio.

Sotaurra Ltda. Debe retomar el proceso de gestión de calidad, que le permita organizar sus procesos administrativos para reducir quejas o reclamos del por inconformidad de los clientes.

La empresa conoce su situación actual frente a la competencia, así como también las preferencias y necesidades del cliente. Este plan de propuestas que se diseñó está sujeto a la aprobación de la gerencia de esta empresa, ellos son los encargados de aprobar implementar la propuesta presentada por los estudiantes. El desarrollo de las propuestas formuladas permitirá a la empresa lograr causar un efecto llamativo en el cliente. La creación de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes permitirá conocer de la opinión del cliente respecto a la calidad del servicio brindado, con el fin de mejorar las falencias encontradas. La elaboración de las encuestas ayudará a la empresa a determinar las preferencias del cliente al momento de obtener su servicio.

Los resultados del diagnóstico FODA demuestran que los procesos básicos que se realizan en el diario vivir de la empresa contienen fallas tanto administrativas como operativas, siendo el principal problema detectado la carencia de un sistema de investigación y planificación que permita definir el rumbo que tiene que seguir la organización para alcanzar sus objetivos. (Citado en Valencia 2018)

4.2 MARCO CONCEPTUAL

ADMINISTRACION: proceso de diseñar, planear, organizar y controlar un ambiente en el que las personas trabajan encaminadas para lograr unos propósitos comunes.

ADMINISTRADOR: persona o sujeto que lleva a cabo una tarea específica o general en la cual desempeña las funciones de la administración para lograr cumplir con metas y objetivos de manera eficiente y eficaz en cualquier nivel y tipo de empresa.

CLIENTES: Es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto.

COMUNICACIÓN: intercambio de información de un canal a otro con la interacción de un receptor.

COMPETENCIA: son aquellas organizaciones que se dedican a prestar un servicio o producto al similar, con precios y características similares.

CULTURA: conjunto de valores, percepciones, deseos y comportamientos básicos que un miembro de la sociedad aprende de su familia y otras instituciones importantes.

EMPRESA: organismo creado con una finalidad lucrativa que se encamine al servicio de la población, generando beneficios mutuos tanto económicos como sociales o personales.

ENCUESTA: Es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos de información por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento).

ESTRATEGIAS: son las acciones que se deben tomar y realizar para lograr a través de ellas el cumplimiento de los objetivos de la organización.

FORTALEZAS: particularidades internas de la compañía que contribuyen al apoyo y al logro de los objetivos.

MERCADO: es un lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener relación comercial, para esto, se requiere un bien o servicio que comercializar, un pago hecho en dinero y el interés para realizar la transacción.

NECESIDADES: carencia y escasez de bienes y servicios que al ser humano desea adquirir para poder sobrevivir.

OPORTUNIDADES: son los hechos o tendencias que se generan en el entorno de la compañía, que podrían beneficiar el desarrollo de la misma si son aprovechados de manera oportuna y adecuada.

PROPUESTAS: es una oferta o invitación que alguien dirige a otro o a otros, persiguiendo algún fin; que puede ser concretar un negocio, una idea, una relación personal, un proyecto laboral o educacional, una actividad lúdica, etc.

SOTRAURRA: Empresa de transporte público terrestre de montería – córdoba a valencia córdoba.

TOMA DE DECISIONES: es un proceso en el que se determina elegir una de elección que lleve a ciertos resultados.

TRANSPORTE: es el acarreo de personas, animales o cosas de un punto a otro a través de un medio físico.

TRANSPORTE PUBLICO: es una industria encaminada a garantizar la movilización de personas o cosas por medio de vehículos apropiados a cada una de las infraestructuras del sector, en condiciones de libertad de acceso, calidad y seguridad de usuarios, sujeto a una contraprestación económica.

VEHICULO DE SERVICIO PUBLICO: todo aparato montado sobre ruedas que permite el transporte de personas; animales o cosas de un punto a otro por vía terrestre pública o privada abierta al público.

4.3 MARCO TEMPORAL

Esta propuesta para fortalecer el servicio al cliente se implementará en el año 2018 en valencia córdoba para los meses de enero, febrero, noviembre y diciembre.

4.4 MARCO ESPACIAL

Para llevar a cabo el desarrollo de la investigación, hemos seleccionado la empresa de transporte público sotraurra Ltda. Quienes han incursionado a tener una gran aceptación en el medio.

5. DISEÑO METODOLOGICO

5.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de investigación a utilizar es la Descriptiva, ya que el objetivo de estas propuestas consiste en llegar a situaciones y hechos que predominan en la empresa, y no cuenta con un límite de recolección de datos si no que involucra en proceso permanente de información de fuentes directas e indirectas, que permite generar conclusiones y resultados pertinentes con la información confiable y datos analizados. (Yuranis Del Castillo y Laura Villegas 2017)

5.2 METODO DE ESTUDIO

Este método deductivo, es de observación y de análisis ya que demostramos la certeza de las afirmaciones observando el caso tomando información necesaria llegando a una lógica y planteando y poniendo a prueba las hipótesis (Yuranis Del Castillo y Laura Villegas 2017)

6. METODO DE RECOLECCION DE DATOS

6.1 ENCUESTA.

Se realizarán encuestas a personas que sean clientes de esta empresa, para conocer sus preferencias y opiniones sobre los servicios prestados actualmente y sobre los que les gustaría encontrar a futuro en las empresas de transporte público.

La encuesta está conformada por las siguientes preguntas.

1. ¿Usted qué medio de transporte utiliza para transportarse hacia la ciudad de montería?

FUENTE:??????

2. Qué empresa utiliza para transportarse hacia la ciudad de montería?

3. ¿Conque frecuencia utiliza este medio?

4. ¿Cómo califica el servicio de transporte de esta empresa?

5. ¿En qué le gustaría usted que mejorara la empresa?

6. ¿Cómo le parece a usted el precio del pasaje?

7. ¿Está de acuerdo con la nueva tarifa de los pasajes?

8. ¿Que lo motiva a utilizar como medio de transporte a la empresa sotraurra?

9. ¿Usted le gustaría que la empresa sotaurra ejecuté nuevas rutas en municipio aledaños?

10. ¿Se siente usted satisfecho con el servicio prestado por la empresa sotaurra.

6.2 ANALISIS DE ENCUESTA

Al Tabular la información recolectada en la encuesta realizada llegamos a la conclusión que la empresa sotraurra presenta bajas en su actividad lo que le proporcionaría un liquides en su servicio.

La empresa debe realizar con urgencia su diagnóstico por medio del FODA, conociendo así sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas contrarrestando así todos los puntos de desequilibrio que la rodean, deberá implementar las estrategias pertinentes para poder mejorar la calidad de su servicio. Ya que el 64% de las personas encuestadas dicen no estar conforme con el servicio prestado, porcentaje muy alto para la poca población del municipio de valencia córdoba, ya el 92% dicen utilizar esta empresa para transportarse por la amistad que poseen con los conductores y dueños de la empresa, opción que si saben aprovechar se convertirá en una de sus más grandes fortaleza.

Puesto que estas personas con un porcentaje del 50% dicen utilizar las was por su comodidad para transportarse, mientras que 20% de los encuestados utilizan las camionetas sotraurra. Si las was de sotraurra estuvieran en un excelente estado estuviéramos un 70% de favorabilidad, eso significaría que seriamos mejores competencias para sotracor la cual es la líder en el mercado de valencia córdoba y los municipios aledaños y la amenaza directa de la empresa.

Sotraurra Ltda. Es la única empresa que ofrece la opción de transportarse en camionetas en el municipio, convirtiéndose en una de sus más grandes ventajas

sobre la competencia, ventaja que hasta el momento no han sabido aprovechar los administrativos por falta de conocimiento sobre planeación estratégica.

Sin contar que el servicio prestado por la empresa sotraurra Ltda. Son más cómodos y dinámicos en el mercado de transporte y que a través de estos se busca maximizar los servicio y la calidad del transporte para brindar a la comunidad valenciana seguridad y garantías a la hora de trasportarse.

A continuación, la matriz FODA y las posibles propuestas para que la empresa sotraura Ltda. preste sus servicios con calidad a sus clientes y así pueda mejorar y crecer como la mejor empresa de transporte público en córdoba.

7. MATRIZ DOFA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
------------	---------------	-------------	----------

<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento del negocio. 2. personal con experiencia. 3. Incremento de demanda. 4. Amistad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Valor agregado del servicio. 2. Crecimiento del mercado. 3. Tratado de libre comercio 4. buenas relaciones con los clientes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Altos precios. 2. Estructura sin planificación. 3. Nivel alto de deserción de afiliados. 4. Aportes a la sociedad, tales como patrocinio de eventos, donaciones, etc. 5. Vehículos en mal estado. 6. Calidad del servicio. 7. no hay capacitación. 8. Personal no motivado. 9. falta de comunicación. 10. Desconfianza en el personal. 11. Parque automotriz pequeño. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Co 2. gru 3. ma 2. Fa 3. Fa 4. infr 4. Au de
--	--	--	--

(Yuranis Del castillo y Laura Villegas 2017)

8. PROPUESTAS

PROPUESTA FA	PROPUESTA DA	PROPUESTA FO	PROPUESTA
--------------	--------------	--------------	-----------

<p>Ser constante en la seguridad y comodidad del pasajero, para así intensificar su confianza y preferencia con nuestra empresa.</p> <p>Promover nuevos proyectos que garantice la calidad de la organización, y así incrementar la posición de la empresa en el mercado.</p> <p>Hacer alianza con alguna bomba de gasolina para así poder rebajar el precio del pasaje.</p>	<p>Implementar la tecnología para el beneficio de la empresa.</p> <p>Aumentar la presencia en los medios de comunicación utilizando campañas publicitarias.</p> <p>Mejorar el canal de la comunicación en la empresa para poder informar a quienes hacen parte de la misma los objetivos de la organización.</p>	<p>Capacitar a los trabajadores en la mejor atención a los clientes.</p> <p>Ampliar el parque automotor.</p> <p>Invertir en nuevos transportes que ofrezcan la mejor comodidad a los pasajeros, implementando el aire acondicionado el 100%.</p> <p>Promover que la empresa tiene la capacidad de cubrir nuevos mercados que le generen mayor rentabilidad al prestar un servicio con valor agregado, que no ofrecen ninguno de sus competidores.</p>	<p>Constante mejora en la satisfacción de los pasajeros.</p> <p>Evaluar los canales de comunicación de los empleados en general.</p> <p>Buscar alianzas con el transporte para actualizar a los conductores las normas de tránsito.</p> <p>Realizar nuevas rutas muas en los alrededores, ya que son mercados que están saturados por lo que es una oportunidad para la empresa en un punto de crecimiento con mayor cobertura.</p> <p>Fortalecer un equipo administrativo sólido, que logre responder a las necesidades del mercado, que conlleve a la empresa a generar mayor crecimiento.</p> <p>Generar alianzas con proveedores para garantizar mayor percepción de valor agregado del servicio a los clientes, en la legislación enmarcada en el comercio que contraerá los tratados.</p>
--	--	---	---

(Yuranis Del castillo y Laura Villegas 2017)

9. FUENTE DE INFORMACION

9.1 FUENTES PRIMARIAS

Se van a realizar encuesta puntual con personas expertas en este tema y que tengan injerencia con este tipo contingencias.

9.2 FUENTES SECUNDARIAS

La información que se empleará para esta investigación proviene de datos suministrados directamente por clientes de esta empresa, además de datos bibliográficos, de Internet, y todos los necesarios para lograr el desarrollo de los objetivos de la investigación.

10. POBLACION Y MUESTRA.

Para las encuestas se calculó el tamaño de la muestra para una población finita.

Nivel de confiabilidad. 95% $Z= 1,96$ (para este nivel de confiabilidad se escoge un porcentaje de error del 5%, esto es por fórmula, se escogió la probabilidad de 50%, que es una probabilidad desfavorable, pero como son 45 muchos los datos, entonces se hace necesario que el mayor el tamaño muestra.

Se tomó este N por el número de vehículos de transporte público de pasajeros en valencia córdoba.

Remplazamos en la fórmula para hallar la muestra a encuestar.

11. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

Sotraurra Ltda. Es una empresa perteneciente al sector terciario, de servicios de transporte especial, ubicada en la ciudad de montería, la empresa cuenta con un parque automotor de afiliados de vehículos (de 1 was 5 camionetas y 7 urban).

El transporte especial se refiere tanto al servicio como tal de transporte llevado a cabo por conductores que trasladan personas de montería a valencia o viceversa y también a particulares que requieran el servicio de traslado para algún evento particular.

12. ESTRUCTURA OPERATIVA Y ADMINISTRATIVA

Sotraurra Ltda. Hoy día cuenta con 13 vehículos de servicio especial que realizan recorridos de montería a valencia córdoba. La empresa en la actualidad es la más pequeña en este gremio y la que tiene más tiempo en el mercado valenciano con 15 años de creada. Administrativamente la compañía cuenta con 4 colaboradores, quienes se encargan de la coordinación de despacho de vehículos solicitados para los 20 viajes dependiendo la demanda del día y los que se encargan de llamar al cliente y de ayudarle con su equipaje en el momento que lo necesite.

13. OBJETIVO DE INVESTIGACION.

13.1 HISTORIA

Sotraurra Ltda. Fue fundada en el año 2002, su sede en sus inicios se encontraba ubicada en la calle 39 1 B 69 montería córdoba, en el año 2014 cambio su sede para la calle 13 8 b 39 B / lacharme, montería córdoba. Sotraurra Ltda. es una empresa que lleva en el mercado 15 años en el mercado. Durante este tiempo ha mostrado un poco de progreso en el servicio y un bajón en cuanto a sus afiliados, lo cual ha hecho que su posición en el mercado no haya crecido tanto.

desde sus inicios ha tenido un manejo empírico en todos sus procesos. En la parte de contratación de empleados no existía un lineamiento específico, sin embargo, desde 2012 la empresa comienza un cambio para mejorar la parte de contabilidad y capacitaciones de sus empleados. Pese a este cambio la empresa sigue presentando problemas en partes como la motivación de empleados, mercadeo y publicidad.

13.2 MISION

Sotraurra Ltda. está enfocada a la prestación del servicio público de transporte terrestre automotor en la modalidad de pasajeros y encomiendas, a los destinos de valencia – montería, brindándoles a sus pasajeros un viaje cómodo, agradable, oportuno, económico, siempre a la expectativa de servirle al cliente y adoptando las sugerencias y necesidades del pasajero con responsabilidad.

13.3 VISION

La empresa de transporte publico sotraurra Ltda será líder en el mercado en el año 2020, mediante la prestación de servicios que beneficien a nuestros clientes, e invirtiendo en otros modos de transporte, y así general rentabilidades futuras que nos permitan seguir siendo una empresa de referencia en un mercado más global.

13.4 POLITICAS DE CALIDAD

La empresa de transporte público sotraurra Ltda es una empresa que presta los servicios de transporte público intermunicipal Valencia- Montería, en sotraurra nace de la municipalizacion de valencia y lleva entorno a quince (15) años prestando un servicio de transporte que ha ayudado a la vertebración de los distintos municipios, por ellos se propone:

- ❖ **Asegurar** la confianza de los usuarios en el servicio de transporte público.
- ❖ **Garantizar** un servicio de transporte rápido, cómodo y eficiente al servicio de la ciudadanía.
- ❖ **Involucrar** a todos los niveles organizativos de la entidad.
- ❖ **Comunicar** y hacer partícipes de esta visión a todos los trabajadores, para que colaboren activamente con la empresa para así llegar a alcanzar todos sus objetivos y metas, así como prestar al usuario un servicio de atención de máxima calidad.
- ❖ **Establecer** canales de comunicación permanentes con los agentes sociales y la ciudadanía, recogiendo sus aportaciones y sugerencias e integrándolas en la mejora de los procesos de la entidad.
- ❖ **Cumplir** con todos los requisitos aplicables, tanto los que se derivan del servicio prestado de los ciudadanos como todos aquellos que la entidad considere oportuno en su avance en su mejora continua.

13.5 OBJETIVO DE CALIDAD

Nuestro objetivo es seguir cambiando y transformando la empresa al mismo ritmo que lo haga el municipio de valencia, con objeto de proporcionar un objetivo de calidad que asegure la satisfacción de todas personas interesadas basado en la mejora continua de todo nuestro proceso.

13.6 VALORES CORPORATIVOS

CUMPLIMIENTO: cumplir con los horarios; horas de salida, entrega encomiendas, puntualidad en los pagos de salarios, servicios y demás.

HONESTIDAD: ser reconocidos por nuestros empleados y clientes por ser una empresa trabajadora e integral en nuestro trabajo.

CALIDAD: demostrar en todo momento actitud positiva y emprendedores frente al servicio prestado, estar alerta a solucionar problemas e inconvenientes que se presenten, equipar y mantener los carros con cojinerías agradables, aire acondicionado, mantenimiento de los vehículos, amabilidad y disposición de escucha e interés en la atención y el servicio al cliente.

COMUNICACIÓN: el dialogo como base fundamental para la toma de decisiones y principal medio receptivo en el flujo de la información para con los clientes y empleados.

13.7 PRINCIPIOS

Se proponen unos principios corporativos que aran parte de la cultura organizacional cambiando los pensamientos del personal, la forma de relacionarse unos con otros determinando reglas, procedimientos y descripción de funciones para cada uno de los cargos.

- ❖ **Compromiso con el cliente.** El mayor patrimonio de la empresa sotraurra S.A.S son sus clientes por lo tanto toma como punto de gestión satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes ofreciendo un servicio de excelente calidad.
- ❖ **Calidad del servicio.** El logro de la calidad es el servicio al cliente y en la administración es el factor principal para el desarrollo exitoso de toda organización, la empresa sotraurra S.A.S desplegara acciones de mejoramiento continuo en sus diferentes actividades.
- ❖ **Responsabilidad social.** La empresa sotraurra S.A.S es generadora de empleo, por lo tanto, contribuye con el desarrollo económico del municipio de Valencia.
- ❖ **Competitividad.** La competitividad exige control en costos y altos estándares de calidad, así es como la empresa sotraurra S.A.S da una satisfacción oportuna de las necesidades y expectativa del cliente estableciendo un compromiso de precios, calidad y servicio.

14. OTRA INFORMACION

14.1 ORGANIGRAMA

Sotraurra S.A.S no requiere de una estructura organizacional muy compleja, ya que no es una empresa grande y así mismo no cuenta con áreas específicas como recursos humanos entre otra.

Por esta razón se propone que sotraurra S.A.S crea el siguiente organigrama.

GRAFICO 1. ORGANIGRAMA SOTRAURRA S.A.S