

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALARO DE MANABI



TÍTULO

**ANALISIS DE LA PLANEACION ESTRATEGICA Y LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL DE LA COOPERATIVA DE TAXI TERMINAL
MATRITIMO N° 43.**

Autor:

GUILLERMO ALEXANDER LEMOS RODRÍGUEZ

**FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS, CONTABLE Y COMERCIO
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

Tutor:

ECO. CESAR RAÚL ALARCÓN CHÁVEZ

MANTA – MANABI – ECUADOR

2024

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de ciencias administrativas, contables y comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

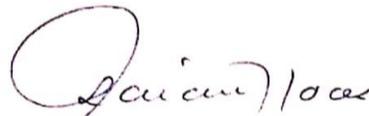
Haber dirigido y revisado el trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante Lemos Rodríguez Guillermo Alexander legalmente matriculado/a en la carrera de administración de empresas período académico 2023-2024, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es "Análisis de la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial en la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 26 de julio de 2024.

Lo certifico,



Eco. Cesar Raúl Alarcón Chávez
Docente Tutor(a)
Área:

APROBACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE TITULACIÓN

Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación del trabajo final de titulación con el tema de: “Análisis de la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial en la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43”, elaborado por el egresado Lemos Rodríguez Guillermo Alexander, el mismo que cumple con los reglamentos planteados y disposiciones que fueron determinados por la facultad de ciencias administrativas, contables y comercio de la universidad laica Eloy Alfaro de Manabí, carrera de administración de empresas.

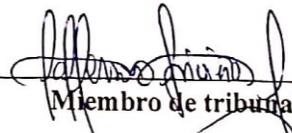
Por constancia firman:



Presidente/a del tribunal
Ing. Vélez Romero Xavier Alberto



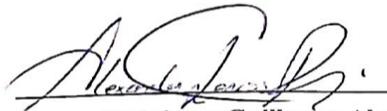
Miembro de tribunal
Ing. Zambrano Mera María Fernanda



Miembro de tribunal
Ing. Triviño Quijije Jefferson Alexander

AUTORÍA

Yo, Guillermo Alexander Lemos Rodríguez, con cédula de identidad 0805043817, declaro que el presente trabajo de titulación: “Análisis de la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43” cumple con los requerimientos que la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y la Facultad de ciencias administrativas contables y comercio sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de esta.



Lemos Rodríguez Guillermo Alexander
C.I.: 0805043817
E-mail: e0805043817@live.ulead.edu.ec
Telf.: 0980577333

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios que siempre estuvo presente en cada momento de mi vida.

Le agradezco a mis padres, la señora RODRÍGUEZ MACÍAS NARCISA DE JESUS y al señor LEMOS VALENCIA GUILLERMO HERMOGENES y hermanos también que son parte fundamental durante todo este periodo académico.

A la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí que me permitió ser parte de sus alumnos durante todo este periodo.

Al personal docente de la carrera de administración de empresas por impartir sus conocimientos durante todo este periodo académico.

Al ECO. Cesar Alarcón Chávez por su guía y tutorías en este proyecto de investigación.

DEDICATORIA

Este proyecto de titulación se lo dedico a Dios, quien fue mi soporte durante todo este periodo universitario, fui fuerte y valiente y no desmaye en el camino tal como lo dice su palabra.

A mi familia en especial a mis padres Narcisca de Jesús Rodríguez Macías y Guillermo Hermogenes Lemos Valencia, quienes me dieron el sustento y los recursos, además de su sabiduría y aliento para alcanzar esta meta tan importante

A mis amigos que formaron un gran vinculo de apoyo y energía positiva mutua.

INDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	1
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO	2
APROBACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE TITULACIÓN.....	3
AUTORÍA	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
INDICE GENERAL.....	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	9
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	9
INDICE DE ANEXOS	10
RESUMEN.....	11
ABSTRACT	12
CAPITULO I.....	14
INTRODUCCIÓN	14
JUSTIFICACIÓN	15
1. PERSPECTIVA TEÓRICA	17
1.1. Antecedentes investigativos	17
1.2. Bases Teóricas.	22
CAPITULO II.....	26
2. METODOLOGÍA	26
2.2. Diseño teórico.	26
2.2.1. Definición de variables.	26
2.2.2. Objetivo y campo de investigación.	27
2.2.3. Operacionalización de las variables.	29
2.2.4. Formulación del problema.	31
2.2.5. Problemas específicos.	31
2.2.6. Objetivo general.....	31
2.2.7. Objetivos específicos.	31
2.3. Diseño metodológico.....	32
2.3.1. Alcance.....	32
2.3.2. Diseño.....	32
2.3.3. Tipo	32
2.3.4. Población y muestra.....	33
2.3.5. Instrumento de medición y recolección de datos	33

CAPITULO III	35
3. DIAGNOSTICO	35
3.1. Análisis de resultados	35
3.1.1. Resultados de Variable: Planeación estratégica	35
3.1.2. Resultados de Variable dependiente: Responsabilidad social empresarial ...	43
3.2. Análisis de resultado situacional	50
3.2.1. Variable: Planeación Estratégica	50
3.2.2. Variable: Responsabilidad Social Empresarial	65
3.3. Discusión	75
3.3.1. Cuantitativo	75
3.3.2. Cualitativo descriptivo	79
3.3.2.1. Matriz mixta fortalezas-oportunidades (FO)	81
3.3.2.2. Matriz mixta fortalezas-amenazas (FA)	82
3.3.2.3. Matriz mixta debilidades-oportunidades (DO)	83
3.3.2.4. Matriz mixta debilidades-amenazas (DA)	84
3.3.2.5. Factores seleccionados	85
CAPITULO IV	89
4. DISEÑO DE LA PROPUESTA	89
4.1. Título	89
4.2. Datos informativos	89
4.3. Justificación de propuestas	89
4.4. Objetivos	90
4.4.1. Objetivo general	90
4.4.2. Objetivos específicos	90
4.5. Propuestas estratégicas	91
4.5.1. Propuesta: Relación mixta fortaleza-oportunidad (FO)	91
4.5.2. Propuesta: Relación mixta fortaleza-amenaza (FA)	92
4.5.3. Propuesta: Relación mixta debilidades-oportunidades (DO)	93
4.5.4. Propuesta: Relación mixta debilidades-amenazas (DA)	95
4.5.4.1. Enfoque a la responsabilidad social empresarial	96
4.5.5. Propuesta: Responsabilidad social empresarial (comunidad)	97
4.5.6. Propuesta: Responsabilidad social empresarial	98
4.6. Plan de acción	100
CONCLUSIÓN	103
RECOMENDACIONES	105
BIBLIOGRAFÍA	106
ANEXOS	109

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	29
TABLA 2: MISIÓN	35
TABLA 3: VISIÓN	36
TABLA 4: OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS	38
TABLA 5: VALORES CORPORATIVOS	39
TABLA 6: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	41
TABLA 7: SOCIAL.....	43
TABLA 8: ECONOMÍA.....	45
TABLA 9: AMBIENTE.....	46
TABLA 10: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	48
TABLA 11: MATRIZ DE IMPACTO EXTERNA	51
TABLA 12: MATRIZ DE EVALUACIÓN EXTERNA	53
TABLA 13: MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO	57
TABLA 14: MATRIZ DE IMPACTO INTERNA	59
TABLA 15: MATRIZ DE EVALUACIÓN INTERNA	61
TABLA 16: MATRIZ FO.....	81
TABLA 17: MATRIZ FA.....	82
TABLA 18: MATRIZ DO	83
TABLA 19: MATRIZ DA	84
TABLA 20: MATRIZ COMBINADA	85
TABLA 21: PLAN DE ACCIÓN	100

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: MISIÓN.....	35
ILUSTRACIÓN 2: VISIÓN	37
ILUSTRACIÓN 3: OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS	38
ILUSTRACIÓN 4: VALORES CORPORATIVOS	40
ILUSTRACIÓN 5: PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	42
ILUSTRACIÓN 6: SOCIAL	44
ILUSTRACIÓN 7: ECONOMÍA.....	45
ILUSTRACIÓN 8: AMBIENTE	47
ILUSTRACIÓN 9: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	48
ILUSTRACIÓN 10: INDICADORES ETHOS DE RSE.....	65
ILUSTRACIÓN 11: RESULTADOS DEL INDICADOR VALORE, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO.....	66
ILUSTRACIÓN 12: RESULTADOS DEL INDICADOR PUBLICO INTERNO.....	67
ILUSTRACIÓN 13: RESULTADOS DEL INDICADOR MEDIO AMBIENTE	69
ILUSTRACIÓN 14: RESULTADOS DEL INDICADOR PROVEEDORES.....	70
ILUSTRACIÓN 15: RESULTADOS DEL INDICADOR CONSUMIDORES Y CLIENTES.....	72

ILUSTRACIÓN 16: RESULTADOS DEL INDICADOR COMUNIDAD.....	73
ILUSTRACIÓN 17: RESULTADOS DEL INDICADOR GOBIERNO Y SOCIEDAD.....	74
ILUSTRACIÓN 18: PUNTAJE GLOBAL (RSE)	86

INDICE DE ANEXOS

ANEXOS 1. VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO.....	109
ANEXOS 2. PUBLICO INTERNO.....	109
ANEXOS 3. MEDIO AMBIENTE	110
ANEXOS 4. PROVEEDORES	110
ANEXOS 5. CONSUMIDORES Y CLIENTES	110
ANEXOS 6. COMUNIDAD	110
ANEXOS 7. GOBIERNO Y SOCIEDAD.....	111

RESUMEN

El siguiente trabajo de tesis explora los sistemas empresariales de planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial en la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43, estos sistemas son fundamentales en la gestión, organización y operaciones de las empresas. La planeación estratégica se enfoca el proceso sistemático en el cual se busca definir los objetivos e implementar planes de acción para alcanzarlos, este sistema conlleva al estudio descriptivo de las empresas de forma interna y externa para determinar los factores positivos y negativos, con el fin de desarrollar estrategias empresariales para el crecimiento organizacional. La responsabilidad social empresarial se enfoca en las prácticas de integración en sus operaciones con los grupos de interés, tales como la comunidad, las entidades gubernamentales, el personal interno y el medio ambiente, fomentando la responsabilidad en las acciones que se toman con el fin de referenciar el bienestar mutuo. La problemática plasmada es saber si el grado de integración de la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial está adecuadamente manejado en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, para conocer el entorno e implementar las acciones necesarias para la mejora continua. El objetivo principal de este trabajo es conocer el grado de integración de la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43. La metodología aplicada para la investigación es cuantitativa mediante la recolección de datos por medio de una encuesta aplicada al personal administrativo de la cooperativa, además del uso de la encuesta CERES ETHOS para conocer el grado de responsabilidad social empresarial la investigación también fue de carácter cualitativo descriptivo porque se realizó un estudio exhaustivo sobre el entorno de la institución de forma interna y externa, sin alterar el contexto actual en el cual se encuentra. Estos estudios realizados arrojaron de parte de la encuesta al personal administrativo que la cooperativa en la planeación estratégica a desarrollado de buena forma este sistema de manera integral en el eje central en su gestión y

referente a la RSE se destaca en el ámbito social, por su compromiso con la comunidad, por medio del estudio interno y externo se demuestra que la cooperativa externamente obtuvo una puntuación ponderada total de 2.14, este valor indica que la cooperativa puede realizar un mayor esfuerzo en aprovechamiento de las oportunidades, así mismo incrementar los esfuerzos en cómo lidiar con las amenazas, internamente obtuvo una puntuación ponderada total de 2.77, señalando que la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43 se encuentra en una posición estable y solida, teniendo fortalezas que son más significativas que las amenazas, por último el estudio realizado por medio de la encuesta CERES ETHOS indica que la cooperativa de taxis “Terminal marítimo N°43” si tiene buenas acciones y conocimientos con respecto a la responsabilidad social empresarial (RSE), además de comprometerse a ejercer una gestión socialmente responsable.

Palabras claves: planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, evaluación interna y externa.

ABSTRACT

This thesis explores the systems of strategic planning and corporate social responsibility (CSR) in the taxi cooperative Terminal Marítimo No. 43. These systems are fundamental to the management, organization, and operations of businesses. Strategic planning focuses on the systematic process of defining objectives and implementing action plans to achieve them. This system involves a descriptive study of the company both internally and externally to identify positive and negative factors, with the aim of developing business strategies for organizational growth. CSR encompasses practices that integrate the company's operations with stakeholders such as the community, governmental entities, internal staff, and the environment, fostering

responsibility in actions to ensure mutual well-being. The main issue addressed is whether the degree of integration of strategic planning and CSR is adequately managed in the taxi cooperative Terminal Marítimo No. 43, to understand the environment and implement necessary actions for continuous improvement. The primary objective of this thesis is to assess the level of integration of strategic planning and CSR in the taxi cooperative Terminal Marítimo No. 43. The research methodology applied is quantitative, using data collection through a survey administered to the cooperative's administrative staff, as well as the CERES ETHOS survey to assess the level of CSR. The research also has a qualitative descriptive character, conducting an exhaustive study of the institution's internal and external environment without altering its current context. The results from the survey indicate that the cooperative has effectively integrated strategic planning into its central management system. Regarding CSR, the cooperative excels in the social realm, demonstrating a strong commitment to the community. The internal and external study shows that the cooperative externally received a weighted total score of 2.14, indicating that the cooperative can make greater efforts to leverage opportunities and address threats. Internally, it received a weighted total score of 2.77, indicating that the taxi cooperative Terminal Marítimo No. 43 is in a stable and solid position, with strengths that outweigh the threats. Finally, the CERES ETHOS survey indicates that the taxi cooperative Terminal Marítimo No. 43 has good practices and knowledge regarding CSR, in addition to committing to socially responsible management.

Keywords: strategic planning, corporate social responsibility, internal and external evaluation.

CAPITULO I

Introducción

La planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial (RSE) son importantes para crecimiento constante, sostenido y la reputación de la cooperativa caso de estudio que busque no solo sobrevivir, sino que, además, también sepa prosperar en el mercado cambiante actual. La planeación estratégica es un proceso de integración que da paso a la institución a marcar su dirección a largo plazo, identificar sus objetivos estratégicos, analizando e interpretando sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas, aparte de desarrollar planes de acción para lograr las metas establecidas. Esta Planificación no sólo se centra en la optimización de las operaciones y la mejora de la eficiencia, sino que, además, también se centra en la anticipación a los cambios en el mercado en el cual está presente con el fin de lograr la adaptación a estos cambios de manera proactiva la cual es muy importante en un entorno competitivo.

Por otro lado, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la cooperativa de taxi implica la adopción de un enfoque ético y sostenible en todas sus actividades, reconociendo y presentando responsabilidad por todos los impactos que sus actividades tienen en diferentes aspectos ya sean económicos, sociales y sobre todo ambientales de la comunidad en la cual se encuentra, esto involucra desde la adopción de prácticas laborales justas y el respeto hacia los derechos de los colaboradores hasta el compromiso con la reducción del impacto del carbono por medio del uso de vehículos menos contaminantes o que utilicen sistemas menos contaminante, además la responsabilidad social empresarial engloba iniciativas tales como el desarrollo de programas que brindan apoyo a la comunidad en la cual se encuentran, la promoción de la seguridad vial y la participación en proyectos que buscan la sostenibilidad.

Involucrar e integrar de manera efectiva la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial puede dar a la cooperativa de taxis múltiples beneficios, que incluyen una mejor imagen, una mayor satisfacción y lealtad del cliente y por supuesto un incremento en las utilidades, Cabe mencionar que las empresas que son percibidas como socialmente responsables tienen una gran diferencia significativa de la competencia, abriéndose a nuevos segmentos de mercado y empoderando su posición en este mismo. Así mismo este enfoque estratégico puede facilitar el acceso a nuevas oportunidades de financiamiento ya que cada vez son más los inversores se muestran preocupados por el cuidado del medio ambiente lo que conlleva a que se interese en las prácticas sostenibles y éticas en las decisiones de inversión.

Para la cooperativa de taxi, abordar la planificación estratégica y la RSE, no solo es cuestión de empresa cumplida o de marketing, sino también una estrategia de integración que fomenta la innovación, el compromiso con la sociedad y el medio ambiente. Esto enmarca un compromiso y mejora continua, evaluando seguidamente el impacto de las operaciones e implementando las estrategias y prácticas en consecuencia para cumplir con los objetivos establecidos, mientras aportan de forma adecuada al bienestar de la sociedad y la preservación ambiental. Al entrelazar la planeación estratégica y la RSE esta cooperativa de taxi no solo está invirtiendo en su éxito, sino que también está aportando un importante legado de influencia positiva y sostenibilidad en la comunidad.

Justificación

La justificación de esta tesis se basa en la relevancia teórica y práctica de integrar la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial (RSE) en el ámbito organizacional, específicamente en la Cooperativa de Taxis Terminal Marítimo N° 43. Teóricamente, este estudio es esencial porque contribuye al desarrollo del conocimiento académico sobre cómo estas dos áreas

pueden complementarse para optimizar el desempeño empresarial. La integración de la RSE con la planeación estratégica no solo amplía el marco conceptual de la gestión empresarial, sino que también propone nuevos modelos y enfoques que permiten a las organizaciones equilibrar sus objetivos económicos con su compromiso social y ambiental.

Desde una perspectiva práctica, esta investigación es vital para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas. En el caso de la Cooperativa de Taxis Terminal Marítimo N° 43, la aplicación de este estudio permitirá desarrollar estrategias que no solo potencien su crecimiento y adaptación al entorno cambiante, sino que también fortalezcan su responsabilidad hacia la comunidad y el medio ambiente. Al adoptar una perspectiva que integra la RSE en la planeación estratégica, la cooperativa podrá identificar y aprovechar mejor sus fortalezas y oportunidades, al mismo tiempo que mitiga debilidades y amenazas, lo que resulta en un modelo de gestión más robusto y alineado con las demandas actuales del mercado.

Este estudio es particularmente relevante para empresas del sector de transporte y otras industrias que buscan una gestión más sostenible y socialmente responsable. Además, los hallazgos de esta tesis pueden ser de interés para instituciones académicas, organismos gubernamentales, y organizaciones no gubernamentales (ONG) que promueven prácticas empresariales responsables y sostenibles. En resumen, la justificación de esta investigación radica en su capacidad para generar un impacto positivo tanto en la teoría de la gestión empresarial como en la práctica efectiva de estrategias que beneficien a la empresa, a la comunidad, y al entorno en general.

1. Perspectiva teórica

1.1. Antecedentes investigativos

De la Ese, S. (2023) en su investigación titulada “Plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil” cuya problemática planteada en esta investigación es ¿Cómo influye la falta de un plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil? Llevándonos al siguiente objetivo el cual es diseñar una propuesta de plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES del sector manufacturero de Guayaquil. La metodología aplicada es tipo descriptiva, cuantitativa, documental, de campo, con utilización del cuestionario de encuesta. Dentro de la investigación la población de estudio fue de 335 representantes de PYMES manufactureras. Teniendo resultados que manifestaron que, la industria representa el 10% de las PYMES, los sectores que más sufrieron por la pandemia, fueron la fabricación de equipos de transporte, que tuvo un descenso del 19,3%, mientras que, la producción maderera también disminuyó 12,5%, en cambio, la producción cacaotera cayó 6,2%, mientras que, los sectores fabriles ganadores en 2020 y 2021, fueron: industria de pescado, con crecimientos de 18,2%-16,2%, caucho-plástico (10,7%-14,6%), camaronera (15,1%-3,3%); y, productos alimenticios (15,7%-5,7%). Se observaron incumplimientos mayores al 40%, en componentes de RSE, inherentes a gobernanza, políticas de derechos humanos, protección ambiental y participación activa en comunidad.

De parte de Sánchez, S. (2020) en su investigación titulada “La responsabilidad social empresarial y la visión estratégica en la gerencia desarrollo social de la municipalidad de san juan de lurigancho en el año 2020.” La cual presenta la problemática de ¿Qué relación existe entre la responsabilidad social empresarial y la visión estratégica en la Gerencia Desarrollo Social de la

Municipalidad de San Juan de Lurigancho en el año 2020? El propósito principal es establecer la conexión entre la responsabilidad social empresarial y la visión estratégica en la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de San Juan de Lurigancho. La metodología empleada es cuantitativa y descriptiva, con un enfoque correlacional. Para alcanzar este objetivo, se seleccionó la encuesta como instrumento, la cual fue validada por especialistas en el campo. La población de estudio incluye a todos los trabajadores de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de San Juan de Lurigancho. Entre los principales hallazgos se destaca la existencia de una relación entre la responsabilidad social empresarial y la visión estratégica, aspecto crucial para fortalecer la mencionada gerencia. Este hallazgo es esencial para llevar a cabo colaboraciones en beneficio de todos los grupos de interés. Además, se concluyó que existe una conexión entre la situación actual de la responsabilidad social empresarial y el reconocimiento del entorno, utilizando como referencia las tendencias y cambios políticos ocurridos en la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad de San Juan de Lurigancho en el año 2020.

El artículo presentado por Apaza, C. (2022) de título “La planificación estratégica y su influencia en la competitividad en el Centro Comercial Bolognesi, Región Tacna, 2019”. Determinar el impacto de la planificación estratégica en la competitividad en el Centro Comercial Bolognesi de la Región Tacna durante el año 2019 constituye el objetivo central de este estudio. La metodología adoptada se caracteriza por ser cuantitativa, con un enfoque de investigación básica, un diseño no experimental de tipo transversal y un nivel explicativo. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante la aplicación de dos instrumentos de medición para evaluar los constructos de planificación estratégica y competitividad, los cuales fueron adaptados y validados. La población objeto de estudio incluyó a 110 microempresarios, con una confiabilidad alfa de Cronbach de 0.943 y 0.881, respectivamente. Los resultados obtenidos confirman que la

planificación estratégica tiene una influencia significativa en la competitividad de los microempresarios, siempre y cuando se convierta en una herramienta prioritaria en la práctica diaria de la gestión y operaciones del centro comercial. Esto abarca aspectos como las concepciones estratégicas, los valores organizacionales, los factores internos y externos, así como las estrategias, contribuyendo así al logro de la competitividad.

Guzmán, M. (2021) presento en su investigación titulada “Plan estratégico para la empresa casa latina“ Con el propósito de analizar la situación actual y reconocer los factores internos y externos que podrían potenciar o afectar el rendimiento en las actividades empresariales de la empresa Casa Latina, se llevó a cabo esta investigación. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo y cuantitativo, es decir, un tipo mixto. El primer método se utilizó para investigar y recopilar información relevante sobre la planificación estratégica, recurriendo a fuentes bibliográficas. Por otro lado, el segundo método se empleó para obtener los resultados de los cuestionarios aplicados al personal de la empresa. Entre los resultados obtenidos se destacan la identificación de estrategias de valor, la elaboración de un análisis FODA cruzado, la formulación de estrategias de la cadena de valor, el establecimiento de objetivos estratégicos e indicadores clave de desempeño, y la elaboración de un plan estratégico de acción.

Según la investigación de Curicama, R. (2021) la cual lleva por título “La responsabilidad social enfocado en la planificación estratégica de la cooperativa maquita cushun ltda, de la ciudad de ambato parroquia quisapincha” Con el objetivo de evaluar la Responsabilidad Social dentro de la planificación estratégica de la Cooperativa Maquita Cushun Ltda., ubicada en la parroquia Quisapincha de la ciudad de Ambato, se empleó una metodología de tipo mixto. Este enfoque combinó la entrevista como instrumento para obtener datos cualitativos y la encuesta, una herramienta cuantitativa que proporciona datos estadísticos sobre la problemática objeto de

estudio. Además, la investigación se considera de campo, ya que los datos fueron recolectados directamente de la gerencia, colaboradores de la Cooperativa y de los socios, lo que permitió acceder a sus visiones, necesidades y demandas. La población de estudio se definió en 26,245 personas según los datos proporcionados por la COAC Maquita Cushun Ltda. Los resultados obtenidos incluyen la implementación de un plan que integre la responsabilidad social para fortalecer el plan estratégico de la entidad. Además, se confirmó que la cooperativa cuenta con un Plan Estratégico actualizado anualmente. Sin embargo, se observó que la inclusión de temas de Responsabilidad Social es relativamente reciente y carece de proyectos sociales que respalden los lineamientos establecidos en los planes escritos.

En la investigación de Ramírez y Sánchez (2019) titulada “Diseño de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de una empresa de servicio inmobiliario.” Que tiene como problemática general conocer ¿En qué medida el diseño de un plan estratégico mejora la gestión administrativa de una empresa de servicio inmobiliario? Con el propósito de mejorar la gestión administrativa mediante el diseño de un plan estratégico para una empresa de servicios inmobiliarios, se llevó a cabo una investigación con un enfoque mixto. La parte cuantitativa consistió en la recolección y análisis de información de la empresa Integro 365 S.A.C., con el objetivo de abordar los problemas identificados. La parte cualitativa fue descriptiva y explicativa, permitiendo diagnosticar y evaluar los problemas planteados, lo que facilitó la propuesta de un plan estratégico para la empresa Integro 365 S.A.C. El diseño de la investigación se clasifica como casi experimental, ya que se centró en la recopilación de información del objeto de estudio y en la realidad de la organización seleccionada. La población de estudio estuvo constituida por los propietarios que residen en los departamentos de los 17 edificios administrados por la empresa Integro 365 S.A.C. Estos edificios albergan departamentos de niveles socioeconómicos A y B,

ubicados en los distritos de las zonas 6 y 7 de Lima Metropolitana. Los resultados obtenidos incluyen la implementación de estrategias que se aplicarán en la empresa Integro 365 S.A.C., las cuales contribuirán significativamente a alcanzar las metas que la empresa desea lograr.

En la investigación de Vidal, G. (2020) titulada “Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP” El propósito de esta investigación es diseñar un Plan de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) basado en una política aplicable a la administración pública, con el objetivo de que la empresa inicie su transición hacia el desarrollo sostenible. La metodología empleada en esta investigación es cuantitativa, diseñada para explorar el entorno social y natural con el fin de tomar decisiones de intervención o asignación de recursos que impacten el entorno explorado. Además, se caracteriza por ser descriptiva y documental. La población involucrada en la investigación se define como el personal que trabaja en CDE EP, ya que son los principales stakeholders internos con influencia directa y alto impacto en la organización. Según el distributivo de personal publicado en la página web de la institución hasta marzo de 2019, CDE EP contaba con un total de 1163 empleados distribuidos en diversas áreas directivas, administrativas y operativas a nivel nacional. Como resultado de la investigación, se diseñó un nuevo Plan de RSE para CDE con una visión, misión, principios y compromisos claramente definidos, realistas y alcanzables. Además, se desarrolló una política aplicable a la gestión pública, fundamentada en un objetivo general y seis objetivos específicos, cada uno con acciones vinculadas a 14 indicadores.

1.2.Bases Teóricas.

Modelos teóricos. Variable: Planeación Estratégica.

En esta investigación aborda la teoría de Rengifo, C. (2022) en la cual presenta como una de sus variables la planeación estratégica, en dicha investigación define que la manera para poder medir todo lo que lleva a cabo la planeación estratégica es por medio de las siguientes dimensiones:

- Cultura organizacional.
- Políticas.
- Talento humano.

Por otra parte en la investigación de Merinero, Estudillo & Pascual (2012) cuya investigación presenta a la planeación estratégica como una de las variables, dirigido a los servicios sociales, por ende indica que la manera de medir la variable es por medio de las siguientes dimensiones:

- Cooperación.
- Participación.
- Comunicación.

Según Zamora, M. (2022) en su investigación en la cual la planeación estratégica es una de sus variables pero con un enfoque a la educación de los jóvenes adolescentes, presenta como dimensiones para medir la planeación estratégica las siguientes:

- Planificación de procedimientos estratégicos de la didáctica en aula.
- Direccionamiento estratégico para el desarrollo de actividades académicas.
- Plan de formación continua al docente en investigación.

Para Curicama, E. (2021) en su investigación abordo la teoría de la planeación estratégica como enfoque de la responsabilidad social empresarial, por ende presenta la medición de la variable la planeación estratégica por medio de las siguientes dimensiones:

- Gerencia general.
- Finanzas.
- Recursos humanos.

Por ultimo tenemos la investigación de Del Pilar, L. (2021) enfocada en la gestión institucional, en donde también analiza la planeación estratégica, por ende en su teoría aborda la medición de la variable de la planeación estratégica con las siguientes dimensiones:

- Misión.
- Visión.
- Objetivos estratégicos, estrategias y políticas.
- Valores corporativos.

Modelos teóricos. Variable: Responsabilidad Social Empresarial.

En la teoría de Carroll, A. (1991) en donde estudia la responsabilidad social empresarial, analizando los factores que repercuten en las empresas, determino que la medición de la RSE es más idónea por medio de las siguientes dimensiones:

- Económica.
- Legal / jurídica.
- Ética.
- Filantrópica.

Tiempo más tarde el mismo Carroll, A. (2003) pres ente otra investigación sobre la responsabilidad social empresarial, analizando de igual manera los factores que repercuten en la empresas, dando como resultado ciertas diferencias sobre la manera de medir la RSE las cuales son por medio de las siguientes dimensiones:

- Económica.
- Legal.
- Ética.

En la investigación realizada por Dahlsrud (2008) sobre la responsabilidad social, enfocada más en los intereses de todos aquellos que conforman las empresas incluyendo a los clientes como parte principal, además de enfocarse también en las gestiones más sostenible, el autor presenta las siguientes dimensiones para medir la RSE:

- Medioambiental.
- Social.
- Económica.
- Stakeholder.
- Voluntariedad.

Para Vidal, G. (2020) en su investigación sobre la responsabilidad social, con el fin de generar acciones enfocadas a responder efectivamente las demandas del entorno de la empresa, presenta su teoría de medición de la variable de la RSE por medio de las siguientes dimensiones:

- Ambiental.
- Social.
- Económica.

Por parte de Curicama, E. (2021) que además de estudiar la planeación estratégica, también lo hizo con la responsabilidad social, esta última enfocada en la planeación estratégica, en dicha investigación baso su medición de la variable de la RSE por medio de las siguientes dimensiones:

- Empleados, clientes y proveedores.
- Entorno y sociedad.

Los indicadores Ceres Ethos (2012) basado en el crecimiento y el compromiso solido de las empresas con la responsabilidad social, lo que hizo necesario la creación de un proceso de revisión y mejoramiento de la participación formal con los grupos de intereses, dando como resultado la medición de la RSE con las siguientes dimensiones:

- Valores, transparencia y gobierno corporativo.
- Publico interno.
- Medio ambiente.
- Proveedores.
- Consumidores y clientes
- Comunidad.
- Gobierno y sociedad.

Cualchi, J. (2022) en su estudio de la responsabilidad social con enfoque en la mejorar de la imagen corporativa percibida por los grupos de intereses tanto internos como externos los cuales hacen posible el fortalecimiento de la competitividad, además del desarrollo y posición en el mercado. Todo mediante las siguientes dimensiones:

- Ambiental.
- Social.

- Económica.

CAPITULO II

2. Metodología

2.2.Diseño teórico.

2.2.1. Definición de variables.

Variable: Planeación estratégica.

La planeación estratégica es un sistema que se enfoca en la toma de decisiones organizativas de forma efectiva, decisiones sobre lo que se debe implementar en el entorno y hacia dónde dirigirse con visión al futuro, para la flexibilidad de cambio según las demandas del mercado, para así obtener eficiencia y eficacia y calidad en los bienes y servicios ofrecidos a la comunidad, desde el punto metodológico la planeación estratégica radica en la implementación y desarrollo de objetivos principales, cuya característica primordial es el establecimiento de los que son llamados cursos de acción o en otras palabras estrategias, para lograr dichos objetivos. (Armijo, 2011)

En la matriz de desarrollo de modelos y procesos de la planeación estratégica indica la existencia de varios puntos que se interrelacionan con: planeación, diagnóstico de entorno, misión, visión, objetivos y estrategia; estos puntos juntos forman un proceso parecido a la formación de una dirección estratégica en diversos contextos en la cual también se incluye la gestión pública. (Hernandez, A., Da Fonseca, J., Medina, A., & Nogueira, 2014)

Dentro del diagnóstico del entorno nos encontramos con los factores internos y externos, los cuales son importantes para determinar la situación actual de las empresas, los

factores internos son los que la empresa puede cambiar o puede controlar ya que dependen de la misma empresa, pero por el lado de los factores externos pues esto no se pueden cambiar, pero si se pueden controlar en cierta medida ya que estos factores no dependen de la empresa.

Variable: Responsabilidad social empresarial.

La responsabilidad social empresarial (RSE) representa la gestión de actividades de incentivan el dialogo y compromiso de la empresa ante todo el público de interés por medio de las practicas éticas. Aunque a pesar de todo lo expuesto también representa un desafío en las empresas al adaptar sistemas más responsables.

Esta gestión de mayor responsabilidad abre el abanico para el control de riesgos y oportunidades empresariales. Otorga a la empresa y a su cadena de valor el uso de estrategias en conjunto con herramientas para una gestión responsable en términos sociales.

Teniendo claro lo que es la RSE se da a conocer los indicadores de alta gestión CERES ETHOS, los cuales son una herramienta que ayuda a los procesos en el compromiso de responsabilidad social y sostenibilidad. Presentados como un cuestionario en el cual se estudian diversas dimensiones que abarcan todos los grupos de intereses. (Ceres Ethos, 2012).

2.2.2. Objetivo y campo de investigación.

Para esta investigación la empresa caso de estudio es la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N° 43, ubicada en la ciudad de Manta, específicamente en la comunidad de San Agustín en las calles Salvador Torres y Olivia Miranda, esta cooperativa tiene como campo de acción el brindar un servicio de transporte privado para los ciudadanos de la ciudad de

Manta, la investigación presentada se realizará en todos los departamentos de la institución, desde el área administrativas hasta los socios involucrados actualmente con el fin de determinar y conocer en su totalidad las gestiones en dicha institución.

2.2.3. Operacionalización de las variables.

Tabla 1 Operacionalización de las Variables

Variable X	Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Planeación estratégica (Del Pilar Laura, 2021)	Misión	Identificación	¿La misión de la cooperativa provoca que se identifique con ella? ¿La misión delimita el campo de acción de la institución.?	
		Motivación	¿La misión de la institución da importancia a la responsabilidad social? ¿Considera que le provoca motivación la misión de la cooperativa?	
	Visión	Expectativas a futuro	¿La institución tiene cambios a futuro? ¿Las expectativas propuestas por la institución se podrán lograr en 5 años? ¿La visión de la institución permite desarrollar la responsabilidad social en los siguientes 5 años?	
			Amplia	¿La visión muestra de manera amplia y detallada lo que se espera en 5 años?
		Objetivos estratégicos, estrategias y políticas	Importancia	¿ Los objetivos de la institución resultan relevantes para cumplir con la visión? ¿ Las estrategias propuestas apoyarán a tener una mejor eficacia de la institución? ¿ Las políticas de la institución pueden ser adaptadas por todos los colaboradores?
	Valores corporativos			Normas
		Social	Comunidad	Creencias
				¿La cooperativa brinda apoyo a las comunidades en el desarrollo socioeconómico local?

Responsabilidad social empresarial (Jesenia Cualchi, 2022)	Económica	Diferenciación	¿La cooperativa adopta la RSE como estrategia de diferenciación para el reconocimiento y fortalecimiento de la imagen?
		Productividad	¿Las prácticas de RSE aumenta la motivación, la productividad y el sentimiento de pertenencia en el equipo de trabajo de la cooperativa?
		Competitividad	¿Considera que ante la competencia la cooperativa tiene un mayor grado de RSE?
	Ambiental	Medio ambiente	¿La cooperativa realiza practicas o tiene iniciativas para reducir su impacto ambiental en el servicio brindado?
		Sostenibilidad	¿La cooperativa trabaja para garantizar la sostenibilidad a mediano y largo plazo en sus operaciones?

2.2.4. Formulación del problema.

¿El grado de integración de la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial esta adecuadamente manejado en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43?

2.2.5. Problemas específicos.

- ¿El proceso de planeación estratégica esta adecuadamente manejado para alcanzar las metas y objetivos de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43?
- ¿El grado de responsabilidad social empresaria (RSE) esta adecuadamente manejado en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43?
- ¿Los factores internos y externos de la planeación estratégica y responsabilidad social empresarial afectan a la cooperativa?

2.2.6. Objetivo general.

Medir el grado de integración de la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43.

2.2.7. Objetivos específicos.

- Medir el proceso de planeación estratégica de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43
- Medir el grado de responsabilidad social empresaria (RSE) en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43

- Desarrollar estrategias que ayuden a una mejor gestión para alcanzar las metas y objetivos y obtener una mejor gestión de la responsabilidad social empresarial (RSE).

2.3.Diseño metodológico

2.3.1. Alcance

Para determinar el grado en cual la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial se integran en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43 fue necesario un estudio de alcance descriptivo porque permite examinar de manera concreta y asertiva la situación en la cual se encuentra la institución, con el fin de resolver los problemas a partir del conocimiento.

2.3.2. Diseño

El diseño presente en la investigación es no experimental porque no se manipulan las variables, los sucesos actuales se los observa de manera natural para ser analizados. según Mertens (2015), en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43 se observa y se analiza su gestión estratégica y el grado de responsabilidad social que tienen, la investigación también es tipo transversal debido a que se centra en analizar cuál es el nivel o estado de una o más diversas variables en un momento dado, o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo.

2.3.3. Tipo

El tipo de investigación es cuantitativo y cualitativa ya que según Cruz, Olivares & Gonzales (2014) la investigación cuantitativa pretende establecer el grado de asociación o

correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados por medio de una muestra permite realizar inferencias causales a una población que explican por qué sucede o no determinado hecho o fenómeno, según Sampieri R, Fernández C & Pilar L. (2014) la investigación cualitativa implica la obtención de información sin recurrir a medidas numéricas. Esto se realiza con el objetivo de descubrir o refinar preguntas de investigación a lo largo del proceso de interpretación.

2.3.4. Población y muestra

Según Condori-Ojeda (2020) la población son los elementos al cual se acceden o las unidades analíticas que pertenecen al ámbito especial donde se realiza el estudio. La muestra es la parte representativa de la población que poseen las mismas cualidades generales de la población. Teniendo en cuenta aquello, la población de la cooperativa es de 169 socios y 6 en administración los que conforma, la muestra se enfoca en 6 colaboradores que conforman el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43, se optó por encuestar a solo esta parte del personal debido a que la investigación se enfoca en procesos administrativos, además que esta parte de personal conoce realmente las gestiones realizadas internamente, obteniendo así una mayor confiabilidad en los resultados.

2.3.5. Instrumento de medición y recolección de datos

Como instrumento se utilizó la encuesta para conocer la percepción del personal administrativo sobre las gestiones implementadas, también se utilizó la encuesta CERES ETHOS para conocer el grado de responsabilidad social en la cooperativa dentro de esta encuesta se estudiaron las dimensiones de:

- Valores, transparencia y gobierno corporativo.
- Público interno.
- Medio ambiente.
- Proveedores.
- Consumidores y clientes.
- Comunidad.
- Gobierno y sociedad.

Los datos recolectados fueron analizados por medio del sistema SPSS y por el sistema de CERES ETHOS en la cual los datos fueron tabulados.

También se realizó un estudio descriptivo para determinar los factores que influyen positivamente y negativamente en la cooperativa, estos resultados fueron analizados por medio de las matrices de relación mixta.

CAPITULO III

3. Diagnostico

3.1. Análisis de resultados

3.1.1. Resultados de Variable: Planeación estratégica

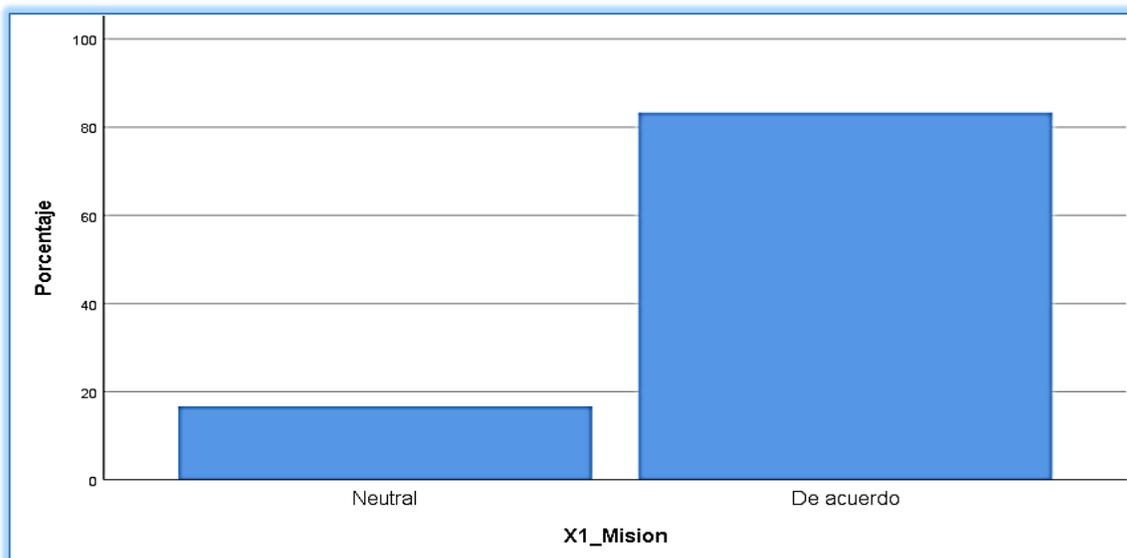
Dimensión: Misión

Tabla 2: Misión

Misión					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	5	83,3	83,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores la cooperativa de taxis terminal marítimo.

Ilustración 1: Misión



Nota. Grafica de los resultados de la adaptabilidad al cambio aplicada a la cooperativa terminal marítimo.

Análisis.

La tabla 2 muestra los resultados finales que se obtuvieron en la dimensión “Misión” estos resultados son fruto de la encuesta aplicada en el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, los mismos muestran que en su mayoría (83.3%) están totalmente de acuerdo, por otro lado, en su minoría (16.7%) están de manera neutral, lo que en líneas generales el estudio demuestra una gran satisfacción del personal administrativo referente a la misión de la cooperativa.

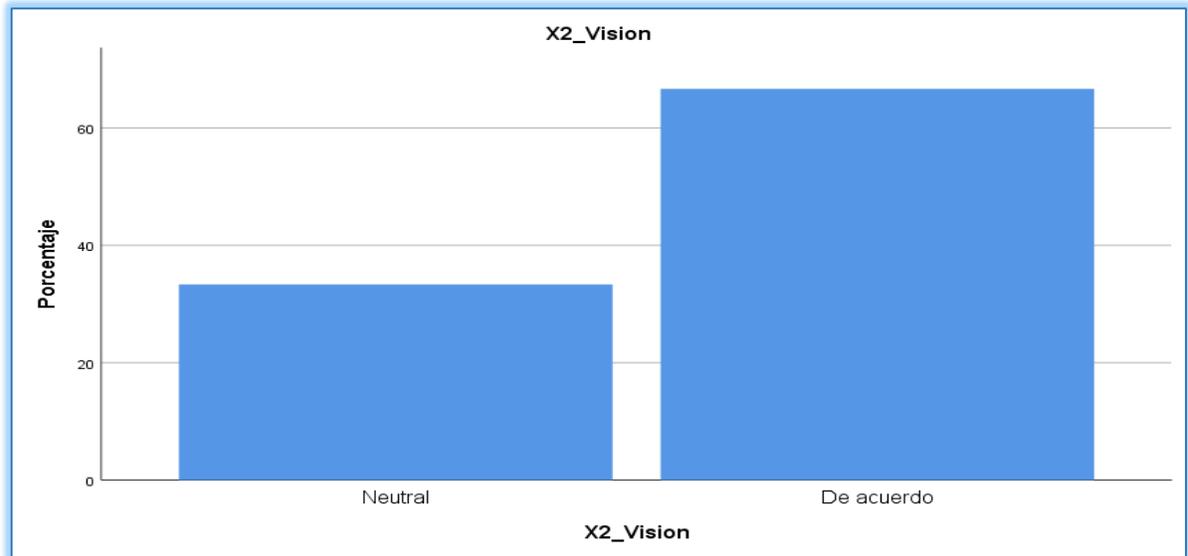
La cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43 presenta una misión de forma clara y precisa, logrando así que sus colaboradores logren una identificación con ella, principalmente porque el personal no siente que la misión delimite el campo en la cual la cooperativa puede actuar, el personal también encuentra motivación en la misión ya que esta misma tiene un enfoque e identidad organizacional fuerte, destacando el trabajo fundamental de los trabajadores, señalándolos como profesionales en sus labores, lo que claramente genera un sentido de motivación e identificación.

Dimensión: Visión

Tabla 3: *Visión*

Visión					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	33,3	33,3	33,3
	De acuerdo	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores de la cooperativa de taxis terminal marítimo.

Ilustración 2: *Visión*

Nota. Grafica de los resultados de la adaptabilidad al cambio aplicada a la cooperativa terminal marítimo.

Análisis.

La tabla 3 muestra los resultados finales que se obtuvieron en la dimensión “Visión” estos resultados son fruto de la encuesta aplicada en el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, los mismos muestran que en su mayoría (66.7%) están de acuerdo, por otro lado, en su minoría (33.3%) están de manera neutral, lo que, en líneas generales el estudio demuestra una satisfacción del personal administrativo referente a la visión de la cooperativa.

La visión dentro de la cooperativa, es clara en presentar el objetivo que se tiene a futuro (5 años), logrando que el personal sienta que tiene posibilidades de crecer profesionalmente, la cooperativa identifica las metas las cuales se alinean con la visión, que a su vez llevan al objetivo principal a futuro, por ende, genera confianza en sus colaboradores, además es importante para los directivos que la visión sea de conocimiento de todo el

personal, que junto con la coherencia en la misma proporciona un grado de satisfacción considerable, y también es adaptable al entorno y a las opiniones del personal.

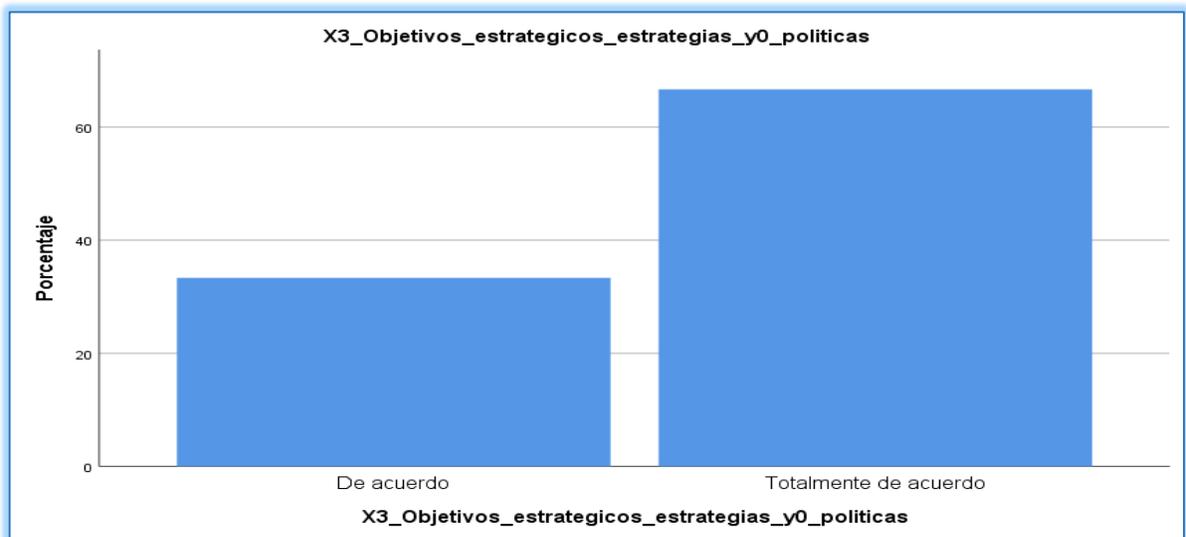
Dimensión: Objetivos estratégicos, estrategias y políticas.

Tabla 4: *Objetivos estratégicos, estrategias y políticas*

Objetivos estratégicos, estrategias y políticas.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	2	33,3	33,3	33,3
	Totalmente de acuerdo	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores la cooperativa de taxis terminal marítimo.

Ilustración 3: *Objetivos estratégicos, estrategias y políticas*



Nota. Grafica de los resultados de la adaptabilidad al cambio aplicada a la cooperativa terminal marítimo.

Análisis.

La tabla 4 muestra los resultados finales que se obtuvieron en la dimensión “Objetivos estratégicos, estrategias y políticas” estos resultados son fruto de la encuesta aplicada en el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, los mismos muestran que en su mayoría (66.7%) están totalmente de acuerdo, por otro lado, en su minoría (33.3%) están de acuerdo, lo que, en líneas generales el estudio demuestra que existe una gran satisfacción del personal administrativo referente a los objetivos estratégicos, estrategias y políticas de la cooperativa.

Dentro de la estructura corporativa los objetivos estratégicos, las estrategias y políticas, se encuentran en marcadas conforme a la visión y misión, precisando de esta forma la confiabilidad en las dediciones empresariales, para el manejo estratégico, objetivos y políticos también, otro aspecto por el cual los colaboradores consideran que lo realizado es lo ideal para el crecimiento empresarial, es la importancia que ellos reciben al momento de determinar los puntos necesarios en los diferentes campos en donde la cooperativa está involucrada, por tal motivos es que los objetivos estratégicos, estrategias y políticas permiten una mayor eficacia, además de lograr que todo el personal pueda cumplir las políticas establecidas.

Dimensión: Valores corporativos.

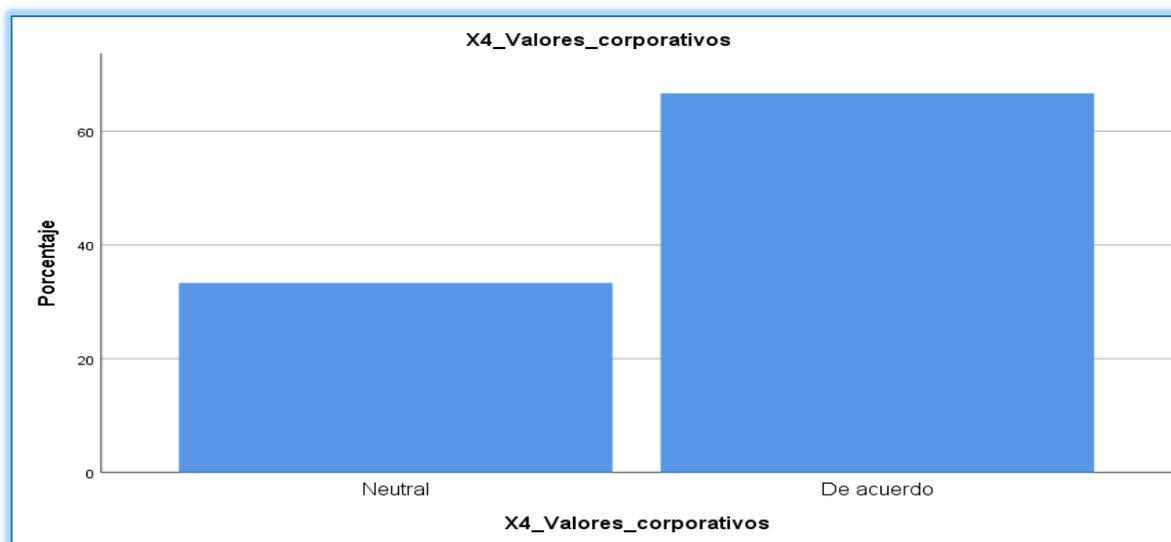
Tabla 5: *Valores corporativos*

Valores corporativos.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Neutral	2	33,3	33,3	33,3
	De acuerdo	4	66,7	66,7	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores la cooperativa de taxis terminal marítimo.

Ilustración 4: *Valores corporativos*



Nota. Grafica de los resultados de la adaptabilidad al cambio aplicada a la cooperativa terminal marítimo

Análisis.

La tabla 5 muestra los resultados finales que se obtuvieron en la dimensión “Valores corporativos” estos resultados son fruto de la encuesta aplicada en el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, los mismos muestran que en su mayoría (66.7%) están de acuerdo, por otro lado, en su minoría (33.3%) están de manera neutral, lo que, en líneas generales el estudio demuestra que existe una satisfacción del personal administrativo referente a los objetivos estratégicos, estrategias y políticas de la cooperativa.

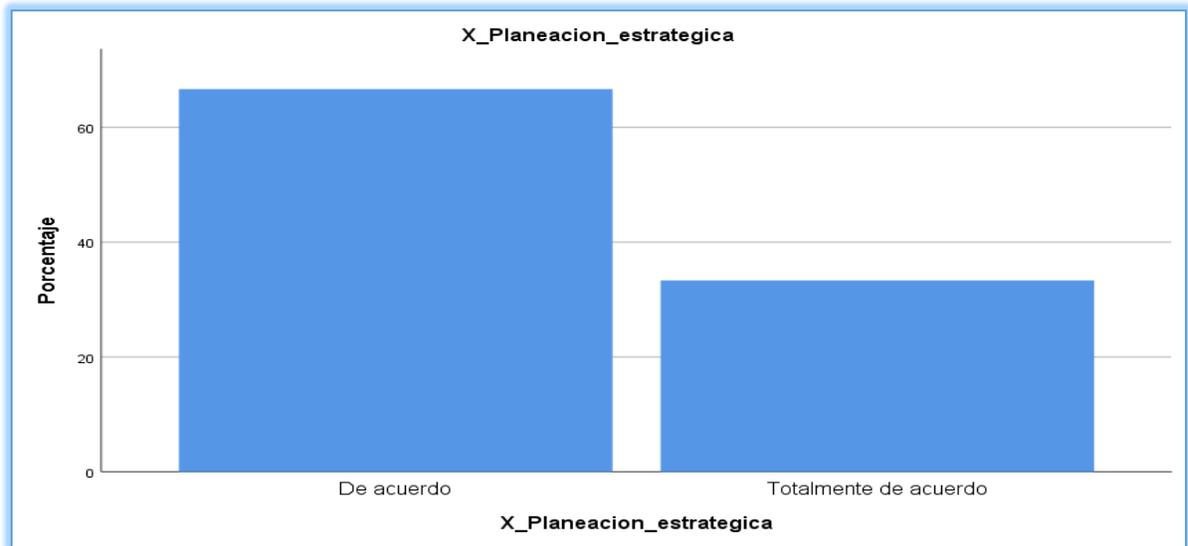
Los valores corporativos establecidos en la cooperativa, son determinados con el fin de lograr la satisfacción y el compromiso de los trabajadores como del público que recibe el servicio brindado y claro también de la comunidad en la cual se encuentran, normativas inclusivas, que respetan las diferentes creencias, así mismo normativas que enmarquen los principios de comportamiento dentro y fuera de la institución generan un clima de comodidad entre compañeros de trabajo, clientes y también generan esa comodidad entre la empresa y la comunidad, esta última fortalecida por el compromiso institucional con brindar y apoyar actividades en pro comunitario.

Variable. Planeación estratégica.

Tabla 6: *Planeación estratégica*

Planeación estratégica					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	66,7	66,7	66,7
	Totalmente de acuerdo	2	33,3	33,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores la cooperativa de taxis terminal marítimo.

Ilustración 5: *Planeación estratégica*

Nota. Grafica de los resultados de la adaptabilidad al cambio aplicada a la cooperativa terminal marítimo

Análisis.

La tabla 6 muestra los resultados finales que se obtuvieron en la variable “Planeación estratégica” estos resultados son fruto de la encuesta aplicada en el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, los mismos muestran que en su mayoría (66.7%) están de acuerdo, por otro lado, otra parte (33.3%) están totalmente de acuerdo, lo que, en líneas generales el estudio indica que el personal administrativo tiene un grado de satisfacción elevado en la planeación estratégica, cabe mencionar que este estudio se centrar más de manera interna.

La cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43, en forma general ha desarrollado de buena manera la planeación estratégica integral que forma el eje central en su gestión. Este buen desarrollo se refleja en la misión, redactada de forma clara y precisa permitiendo una buena identificación entre el personal, razón por la cual se genera un sentido de

pertenencia y motivación. Además, la visión a cinco años otorga una orientación clara hacia el punto al cual la cooperativa se propuso a llegar, sin olvidar factores como el crecimiento profesional de cada uno de los trabajadores y también estableciendo metas alcanzables que inspiran confianza en la fuerza de trabajo. Esta planificación es sustentada con objetivos estratégicos, estrategias y políticas meticulosamente diseñadas para equilibrar aspectos con la misión y visión, permitiendo una mayor coherencia en las decisiones empresariales que se toman. Los valores corporativos, los cuales están centrados en satisfacer y comprometerse con sus trabajadores, el público en general y por supuesto la comunidad, siendo también parte de fundamental, que promueve un clima laboral armonioso, además, de fortalecer los lazos con la comunidad por medio de actividades comunitarias. En pocas palabras, la planeación estratégica de la cooperativa Terminal Marítimo N°43, aparte de proporcionar una guía clara para el desarrollo y crecimiento, también crea un entorno más favorable para el existo.

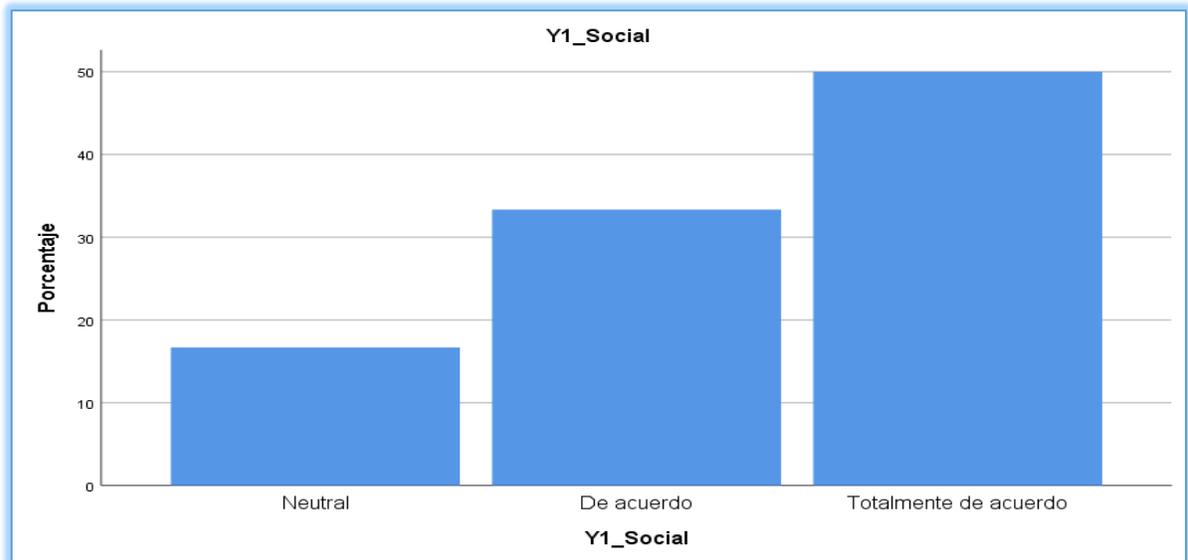
3.1.2. Resultados de Variable dependiente: Responsabilidad social empresarial.

Dimensión: Social.

Tabla 7: Social

Social					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	2	33,3	33,3	50,0
	Totalmente de acuerdo	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores la cooperativa de taxis terminal marítimo.

Ilustración 6: Social

Nota. Grafica de los resultados de la adaptabilidad al cambio aplicada a la cooperativa terminal marítimo

Análisis.

La tabla 7 muestra los resultados finales que se obtuvieron en la dimensión “Social” estos resultados son fruto de la encuesta aplicada en el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, los mismos muestran que en su mayoría (50%) están totalmente de acuerdo, por otro lado, una menor parte (33.3%) están de acuerdo y por ultimo (16,7%) esta de forma neutral lo que, en líneas generales el estudio demuestra que existe una satisfacción del personal administrativo referente a lo social.

En el ámbito social la cooperativa tal como se mencionó en el análisis de valores corporativos, esta entidad brinda apoyo a la comunidad, esto implica lo socioeconómico también, aportando en las actividades y desarrollándolas, esa satisfacción externa se percibe

internamente, razón por la cual existe un grado de aprobación de parte de los colaboradores de la cooperativa en la gestión social que esta realiza.

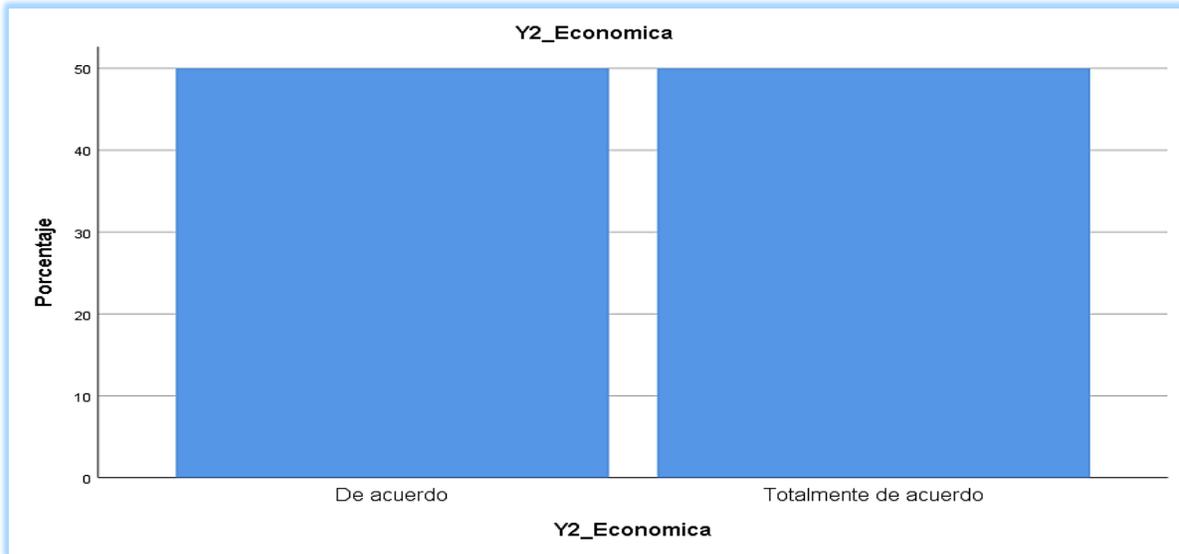
Dimensión: Económica.

Tabla 8: *Economía*

Económica					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	50,0	50,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores la cooperativa de taxis terminal marítimo.

Ilustración 7: *Economía*



Nota. Grafica de los resultados de la adaptabilidad al cambio aplicada a la cooperativa terminal marítimo

Análisis.

La tabla 8 muestra los resultados finales que se obtuvieron en la dimensión “Económica” estos resultados son fruto de la encuesta aplicada en el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, los mismos muestran porcentajes

igualados (50%) entre las opciones de totalmente de acuerdo y de acuerdo, lo que da a entender que existe una gran satisfacción del personal administrativos en la gestión económica de la cooperativa.

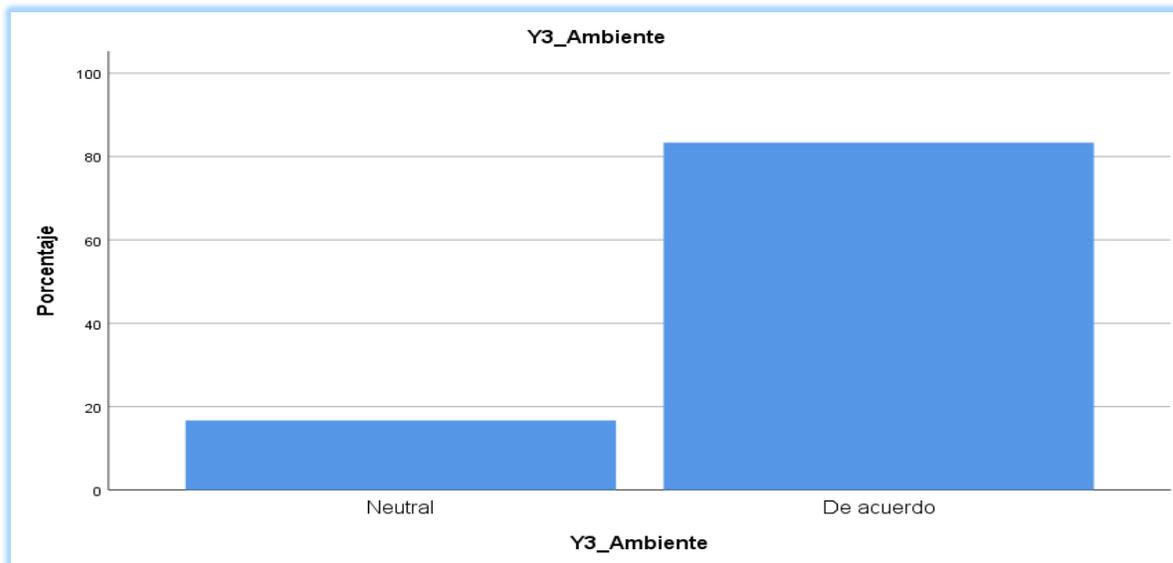
Los colaboradores por medio de la encuesta demostraron estar con gran grado de satisfacción en el apartado económico, debido que siempre se busca una diferenciación positiva ante sus competidores teniendo en cuenta la RSE, esto lo logran principalmente siendo una institución con una buena cultura tributaria, cumpliendo con sus obligaciones al SRI, esta práctica aumenta la productividad en el personal ya que esto se alinea con los valores corporativos. La eficiencia operativa va de la mano, debido a que por medio de las practicas RSE se logra un ahorra de costos a largo plazo, por medio de la reducción del consumo de energía, reciclaje de materiales, menor consumo del agua. Estos puntos logran que la cooperativa sea más competitiva y reconocida de forma positiva en la sociedad.

Dimensión: Ambiente.

Tabla 9: *Ambiente*

Ambiente					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	1	16,7	16,7	16,7
	De acuerdo	5	83,3	83,3	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores la cooperativa de taxis terminal marítimo.

Ilustración 8: *Ambiente*

Nota. Gráfica de los resultados de la adaptabilidad al cambio aplicada a la cooperativa terminal marítimo

Análisis.

La tabla 9 muestra los resultados finales que se obtuvieron en la dimensión “Ambiente” estos resultados son fruto de la encuesta aplicada en el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, los mismos muestran que en su mayoría (83.3%) están de acuerdo, por otro lado, en su minoría (16.7%) están de manera neutral, lo que, en líneas generales el estudio demuestra que existe una satisfacción del personal administrativo referente a la gestión ambiental en la cooperativa.

En la cooperativa se conoce y se les da importancia a los problemas de contaminación que como organización generan, por tal motivo, existen programas de capacitación al personal sobre cómo mantener de buena forma las unidades de taxis, evitando lo que es el ralentí principalmente, cabe mencionar que dentro de las actividades que brinda a la comunidad se encuentra la gestión de reciclaje, la cual impulsan desde adentro de la

institución, los servicios comunitarios voluntarios como la limpieza de algún terreno también suelen ser realizados por todos los que forman parte de Terminal Marítimo N°43.

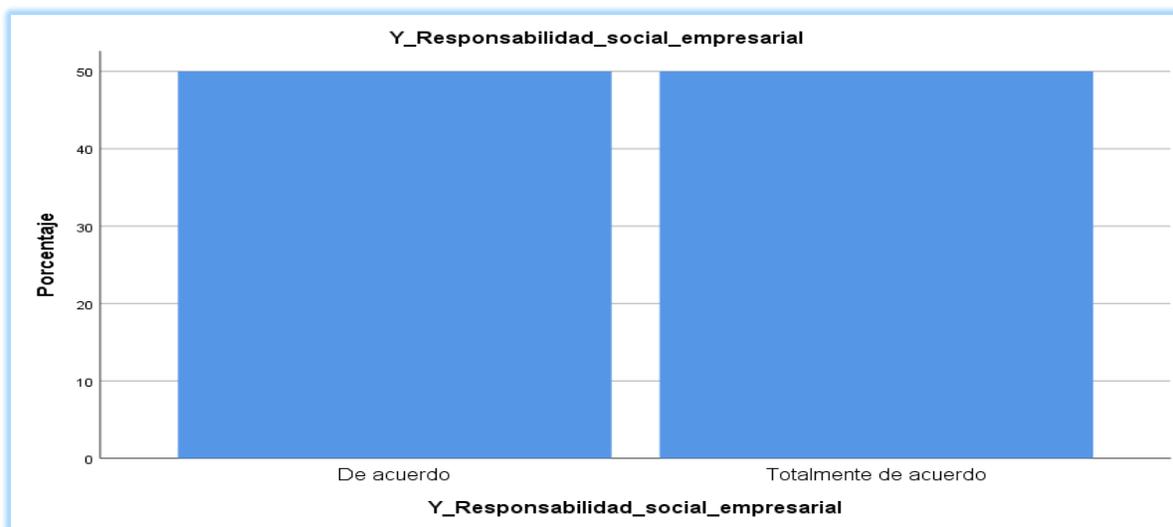
Variable: Responsabilidad social empresarial.

Tabla 10: Responsabilidad social empresarial

Responsabilidad social empresarial					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	3	50,0	50,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	3	50,0	50,0	100,0
	Total	6	100,0	100,0	

Nota. Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores la cooperativa de taxis terminal marítimo.

Ilustración 9: Responsabilidad social empresarial



Nota. Grafica de los resultados de la adaptabilidad al cambio aplicada a la cooperativa terminal marítimo

Análisis.

La tabla 10 muestra los resultados finales que se obtuvieron en la variable “Responsabilidad social empresarial” estos resultados son fruto de la encuesta aplicada en el personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43, los mismos muestran opiniones divididas (50%) entre las opciones de totalmente de acuerdo y de acuerdo, que a su vez señala que existe una gran satisfacción en la gestión socialmente responsable de la cooperativa, cabe mencionar que este estudio se centrar más de manera interna.

En el ámbito social, la cooperativa se destaca por su compromiso con la comunidad, como se evidencia en el análisis de sus valores corporativos. Esta entidad no solo brinda apoyo activo a diversas iniciativas comunitarias, sino que también se involucra en el ámbito socioeconómico, participando en actividades y proyectos que contribuyen al desarrollo local. Esta dedicación a la comunidad no solo genera satisfacción externa, sino que también repercute positivamente en el ambiente interno de la organización, lo que se refleja en el alto grado de aprobación de la gestión social por parte de los colaboradores de la cooperativa.

La encuesta realizada entre los colaboradores revela un notable grado de satisfacción en el aspecto económico. Esto se atribuye en gran medida al enfoque estratégico de la cooperativa, que busca diferenciarse positivamente de sus competidores mediante la implementación efectiva de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En este sentido, la cooperativa se distingue por mantener una cultura tributaria sólida y por cumplir rigurosamente con sus obligaciones ante el Servicio de Rentas Internas (SRI). Esta práctica no solo fortalece la imagen y reputación de la cooperativa, sino que también contribuye a la motivación y compromiso de los empleados al alinearse con los valores corporativos.

La eficiencia operativa constituye otro pilar fundamental en la estrategia de la cooperativa, y la implementación de prácticas de RSE juega un papel crucial en este aspecto. Por medio de iniciativas como la reducción del consumo de energía, el reciclaje de materiales y el uso responsable del agua, la cooperativa logra no solo optimizar sus procesos internos, sino también generar ahorros significativos a largo plazo. Este enfoque no solo mejora la competitividad de la cooperativa, sino que también la posiciona favorablemente ante la sociedad, que valora cada vez más el compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad.

Además de su compromiso con el desarrollo socioeconómico y la eficiencia operativa, la cooperativa reconoce la importancia de abordar los problemas de contaminación que pueda generar como organización. En este sentido, se han implementado programas de capacitación para el personal, con el objetivo de promover prácticas responsables en el mantenimiento de las unidades de taxis, como la reducción del ralentí. Asimismo, la cooperativa promueve activamente iniciativas de reciclaje y servicios comunitarios voluntarios, como la limpieza de terrenos, en los que participan todos los miembros de la organización. Este compromiso integral con la comunidad y el medio ambiente refuerza la posición de la cooperativa como un actor socialmente responsable y contribuye a su reconocimiento positivo en la sociedad.

3.2. Análisis de resultado situacional

3.2.1. Variable: Planeación Estratégica.

Diagnostico situacional

Tabla 11: *Matriz de impacto externa*

Factores	Oportunidades	Amenazas
Políticos	Infraestructura de transporte.	Inestabilidad política.
Económicos	Aumento del turismo.	Inestabilidad económica.
Sociales	Turismo y evento sociales.	Aumento de la inseguridad a nivel nacional.
Tecnológicos	Pagos electrónicos y sin contacto.	Competencia de aplicaciones de transporte compartido.
Ecológicos	Participación en eventos comunitarios.	Impacto del cambio climático.
Legales	Decreto Ejecutivo 462	Regulaciones laborales.

Elaborado por: Alexander Lemos

Análisis.

La cooperativa de taxis se encuentra en un entorno con diferentes oportunidades y así mismo con diferentes amenazas que tienen que ser consideradas para que el desarrollo y la sostenibilidad de la institución avance en el mercado el cual cada vez es más competitivo, por un lado, la infraestructura de transporte establecida de buena forma brinda a la cooperativa la capacidad de ofrecer un servicio con mayor eficiencia y confiabilidad al público, sacando provecho de las rutas establecidas. Sin embargo, la inestabilidad política y económica puede generar cierta incertidumbre en el entorno de la cooperativa la cual afecta a la demanda en el servicio de taxi y también afeita a la estabilidad financiera de la institución.

El aumento del turismo en la región presenta una clara oportunidad la cual significa mucho para la cooperativa ya que esta impulsa la demanda del servicio de transporte tanto dentro de la ciudad como hacia los distintos destinos turísticos que se encuentran afuera, a además la organización de eventos sociales en apoyo a la comunidad genera una mayor

reputación favorable para el aumento de la demanda. No obstante, la inseguridad a nivel nacional de parte de bandas delictivas, terroristas y narcotraficantes puede disuadir a los turistas y residentes locales de utilizar los servicios de taxi lo que claramente afectaría negativamente a los ingresos de la cooperativa.

La implementación de pagos electrónicos y sin contacto representa una gran oportunidad porque permite una mayor comodidad a los clientes y además aumenta la eficiencia en la gestión financiera. Sin embargo, las complicaciones que generan las aplicaciones de transporte compartidos es importancia por lo que ofrecen alternativas convenientes y muchas veces más económicas para los usuarios lo que reduce la cuota del mercado de la cooperativa y afectar a sus ingresos.

Además, los cambios de la regulación laborales pueden generar un aumento en los costos operativos asociados con el empleo de conductores, mientras que el impacto en el cambio climático de forma brusca, por fenómenos como el niño, provocan muchas veces la paralización del servicio. En conclusión, la cooperativa de taxis debe estar atenta a estas oportunidades que pueden significar una mejoría considerable, pero así mismo debe prestar atención a las amenazas ya que estas pueden provocar problemas que afectaran negativamente a la institución.

Tabla 12: *Matriz de evaluación externa*

Factores externos claves.			
Oportunidades.	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
Infraestructura de transporte.	0.05	3	0.15
Aumento del turismo.	0.13	3	0.39
Turismo y evento sociales.	0.10	4	0.40
Pagos electrónicos y sin contacto.	0.07	1	0.07
Participación en eventos comunitarios.	0.04	2	0.08
Decreto Ejecutivo 462	0.03	4	0.12
Amenazas.	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
Inestabilidad política.	0.16	2	0.32
Inestabilidad económica.	0.16	1	0.16
Aumento de la inseguridad a nivel nacional.	0.13	1	0.13
Competencia de aplicaciones de transporte compartido.	0.08	2	0.16
Impacto del cambio climático.	0.02	2	0.04
Regulaciones laborales.	0.03	4	0.12
Total	1		2.14

Elaborado por: Alexander Lemos

Análisis.

Oportunidades.

En la gestión de brindar servicios y fidelizar clientes, la infraestructura de transporte tiene una ponderación baja de 0.05, lo que indica que no es un factor fundamental. Sin embargo, se menciona que la cooperativa presenta una infraestructura adecuada con una calificación de 3 puntos.

Por otro lado, el aumento del turismo tiene una importancia significativa con una ponderación de 0.13. Esto se debe a que el incremento del turismo en la ciudad de Manta beneficia a muchas actividades económicas, incluyendo la industria del servicio de transporte privado. La calificación total en este aspecto también es de 3 puntos.

En cuanto a los eventos sociales y el turismo, se menciona que tienen un grado de importancia de 0.10. El incremento del turismo genera una mayor planificación en los eventos sociales. La calificación total en este aspecto es de 4 puntos, ya que la ciudad de Manta se destaca en la organización de eventos masivos.

En relación a los pagos electrónicos y sin contacto, se menciona que tienen una importancia no muy elevada con una ponderación de 0.07. Esto se debe a que no es un modo de pago exigido por las autoridades y no es el principal modo de pago del público. La calificación total en este aspecto es de 1, ya que la cooperativa no se beneficia de los pagos electrónicos.

En cuanto a la participación en eventos comunitarios, se menciona que tiene una importancia total de 0.04. Aunque estas actividades son beneficiosas para la comunidad, no generan un mayor ingreso para la institución. La calificación obtenida en este aspecto es de 2 puntos, ya que la cooperativa realiza actividades comunitarias, pero no de forma continua.

Por último, se menciona que el decreto ejecutivo 462 tiene un grado de importancia de 0.03. Este decreto beneficia a todas las cooperativas de taxis, tanto en la ciudad de Manta como en Ecuador. La calificación total en este aspecto es de 4 puntos.

Cabe mencionar que en la puntuación ponderada total es de 2.29, este valor indica que la cooperativa puede realizar un mayor esfuerzo en aprovechamiento de las oportunidades, así mismo incrementar los esfuerzos en cómo lidiar con las amenazas, por medio de estrategias.

Amenazas.

El factor de inestabilidad política tiene la ponderación más alta con un 0.16, lo que indica que es una amenaza significativa que afecta a todo el entorno ecuatoriano. Los cambios de gobiernos y los problemas de corrupción en todos los poderes del estado son algunos de los aspectos que contribuyen a esta inestabilidad política, tanto las empresas públicas como las privadas se ven afectadas directa o indirectamente por esta situación, lo que ha llevado a una calificación de 2 puntos en este factor.

Por otro lado, la inestabilidad económica también tiene una ponderación de 0.16, lo que la convierte en otra amenaza importante junto con la inestabilidad política. Este factor afecta directamente a las empresas y se manifiesta en todo el país. La calificación obtenida para este factor es de 1 punto, lo que indica que la cooperativa de taxis se ve altamente afectada por esta situación. Muchas personas se ven obligadas a utilizar servicios de transporte más económicos, como los autobuses, debido a la inestabilidad económica.

El aumento de la inseguridad a nivel nacional tiene una ponderación de 0.13. Este problema también está presente en todo el país y se refleja en el aumento de los homicidios y las extorsiones. La cooperativa de taxis no está exenta de estos problemas, lo que ha llevado a una calificación de 1 punto en este factor.

La competencia de las aplicaciones de transporte compartido tiene una ponderación de 0.08. Estas aplicaciones generan una competencia significativa para las cooperativas de taxis tradicionales. Sin embargo, las regulaciones de taxis piratas ayudan a frenar a los conductores no autorizados, lo que ha llevado a una calificación de 2 puntos en este factor.

El impacto del cambio climático tiene una ponderación de 0.02, lo que indica que no es una amenaza significativa para la cooperativa de taxis. Aunque problemas como el fenómeno del Niño son importantes, no ocurren con mucha frecuencia en las zonas urbanas donde operan los taxis de la cooperativa. Por lo tanto, la calificación total para este factor es de 2 puntos.

Por último, las regulaciones laborales tienen una ponderación de 0.03. Aunque pueden generar aumentos en los costos, la cooperativa ha gestionado de manera efectiva el bienestar de sus colaboradores, lo que ha llevado a pocos problemas en este aspecto. Por estas razones, la calificación final para las regulaciones laborales es de 4 puntos.

Puntuación ponderada.

Cabe mencionar que en la puntuación ponderada total es de 2.14, este valor indica que la cooperativa puede realizar un mayor esfuerzo en aprovechamiento de las oportunidades, así mismo incrementar los esfuerzos en cómo lidiar con las amenazas, por medio de estrategias.

Tabla 13: Matriz de perfil competitivo

Factores críticos de éxito	Ponderación	Coop. De taxi Terminal Marítimo N°43		Coop. De taxi Radio Taxi 40		Coop. De taxi Torqui N° 3	
		Calific.	Punt.	Calific.	Punt.	Calific.	Punt.
Tecnología	0.12	2	0.24	3	0.36	3	0.36
Sistema de calidad	0.14	3	0.43	3	0.43	3	0.43
Rutas	0.09	2	0.18	3	0.27	3	0.27
Responsabilidad social y ambiental	0.07	2	0.14	2	0.14	1	0.07
Posicionamiento de la marca	0.09	4	0.36	1	0.09	4	0.36
Marketing	0.18	2	0.36	1	0.18	4	0.72
Infraestructura	0.08	3	0.24	3	0.24	4	0.32
Ubicación	0.08	4	0.32	3	0.24	4	0.32
Competitividad de precios	0.15	1	0.15	1	0.15	1	0.15
Total	1		2.42		2.10		3

Elaborado por: Alexander Lemos

Análisis.

En base a la competitividad que existe se toma en cuenta factores críticos de éxito para la empresa, junto con 2 empresas más también dedicadas al servicio de taxis.

Tecnología: Con una ponderación de 0.12, en la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43 la calificación es inferior (2 puntos) a las demás cooperativas (3 puntos), debido a la falta de facilidad de pago de manera electrónica principalmente.

Sistemas de calidad: Con una ponderación de 0.14, la calificación obtenida en la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43 es igual a las demás instituciones (3 puntos) pues estas misma tienen equitación adecuada para ofrecer el servicio, pero pueden mejorar en el cuidado del medio ambiente.

Rutas: Con una ponderación 0.09, la calificación obtenida en la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43 (2 puntos) es inferior a las demás cooperativas (3 puntos), debido a que estas instituciones cubren más áreas con menos urbanización.

Responsabilidad social empresarial: Con una ponderación de 0.07, en la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43 se obtuvo una calificación regular (2 puntos) la cual es igual a la cooperativa Radio Taxi 40 y superior a la cooperativa Tarqui N°3, estas tres instituciones pueden ejercer mayores acciones socialmente responsables.

Posicionamiento de marca: Con una ponderación total de 0.09, la calificación obtenida por la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43 es máxima (4 puntos) al igual que la cooperativa Tarqui N°3, mientras que la cooperativa Radio Taxi 40 tiene la calificación más baja (1 punto) al ser poco conocida.

Marketing: Con una ponderación de mayor a las demás de 0.18, la cooperativa taxis Terminal Marítimo N°43 obtuvo una calificación media (2 puntos), la cooperativa Radio Taxi 40 obtuvo una calificación total inferior (1 punto), mientras que la cooperativa Tarqui N°3 obtuvo una calificación superior a las demás (4 puntos), lo que demuestra la poca competitividad en el marketing de parte de Terminal Marítimo N°43 unas de las razones de aquello es el uso de una sola red social (Facebook) además de poca actividad en ella.

Infraestructura: Con una ponderación de 0.08, tanto la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43 y Radio 40 obtuvieron la misma calificación (3 puntos), por otra parte, la cooperativa Tarqui N°3 obtuvo una calificación superior (4 puntos), estas instituciones

presentan una buena competitividad en infraestructura, con instalaciones en buen estado además de unidades de taxis en buen estado.

Ubicación: Con una ponderación de 0.08, las cooperativas de taxis Terminal Marítimo N°43 junto con la cooperativa Tarqui N°3 presenta una calificación máxima (4 puntos), mientras que la cooperativa Radio 40 tiene un puntaje inferior (3 puntos), lo que en líneas generales se determina que están ubicadas estratégicamente.

Competitividad de precios: Con una ponderación de 0.15, la calificación total en las tres cooperativas es igual (1 punto), debido a que los precios son establecidos y regulares por las leyes que rigen el transporte en el Ecuador.

Tabla 14: *Matriz de impacto interna*

Factores	Fortalezas	Debilidades
Planeación estratégica	Contar con una estructura organizacional completa.	No contar con un sistema que implementa la facturación electrónica.
Aseguramiento de calidad	Flota de vehículos con buen mantenimiento	Limitaciones en opciones de pago modernas y seguras
Comercialización	Presencia en ubicaciones estratégicas	No tener alianzas con empresas y organizaciones locales
Contabilidad y finanzas	Análisis financiero sólido	Atraso en los pagos de parte de los socios
Recursos humanos	Incentivos y beneficios competitivos	Resistencia al cambio
Sistemas de información	Actualización de sistemas de computo	Falta de mantenimiento en antenas de radio
Gestión ambiental	El 95% de la unidades de taxi usan gasolina	Falta de sistemas para reducir el impacto ambiental

Elaborado por: Alexander Lemos

Análisis.

La cooperativa posee una serie de fortalezas que ayudan a mejorar su posición en el mercado. En primer lugar, tener una estructura organizacional completa brinda un marco claro de las funciones y responsabilidades, lo que por obvias razones da mayor facilidad en la coordinación y eficiencia en las operaciones que se llevan a cabo día a día. Esta fortaleza de la estructura se complementa con una flota de taxis que obtienen mantenimiento regularmente. Esto además de garantizar la disponibilidad de recursos esenciales para la prestación del servicio, también visibiliza un compromiso referente a la seguridad y calidad del servicio brindado a la sociedad mantence.

La empresa también saca ventaja en la ubicación la cual es estratégica. Esta presencia geográfica facilita el acceso al mercado objetivo a la par que aumenta la visibilidad de la empresa, además esta ubicación permite la cercanía de las unidades de taxis a los clientes de la zona céntrica de la ciudad. Junto con esto, la capacidad de realizar un análisis financiero sólido proporciona una comprensión clara de la situación económica interna, lo que facilita la toma de decisiones y la gestión eficaz de los recursos financieros que están disponibles.

A pesar de estas fortalezas, la empresa no es ajena a una serie de debilidades que por su puesto podría afectar su competitividad y mermar la capacidad de satisfacer la demanda en constante cambio. Una de esas debilidades es la falta de un sistema de facturación electrónica y opciones de pago modernas, esta puede afectar a la eficiencia operativa y la reseña del cliente. Además, la resistencia al cambio dentro de la cooperativa puede obstaculizar la adopción de nuevas tecnologías y prácticas comerciales, lo que claramente limitaría el estar a la vanguardia del mercado.

Por otra parte, tenemos la falta de alianzas con empresas y organizaciones locales. Asimismo, la falta de sistemas para reducir el impacto negativo de la cooperativa en el medio ambiente podría afectar la reputación de la empresa en el mercado el cual cada vez es más consiente sobre el daño al medio ambiente, mermer estos problemas además mejorar aún más la imagen de la empresa también reduciría los costos de operación a largo plazo.

En resumen, al capitalizar sus fortalezas y abordar las debilidades identificadas, la empresa puede enfrentar las amenazas emergentes y seguir prosperando en un entorno empresarial dinámico y competitivo.

Tabla 15: *Matriz de evaluación interna*

Factores internos claves.			
Fortalezas.	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
Estructura organizacional completa	0.11	4	0.44
Vehículos con buen mantenimiento	0.12	4	0.48
Presencia en ubicaciones estratégicas	0.06	3	0.18
Análisis financiero solido	0.11	4	0.44
Incentivos y beneficios competitivos	0.07	3	0.21
Actualización de sistemas de computo	0.08	3	0.24
El 95% de la unidades de taxi usan gasolina	0.08	4	0.32
Debilidades.	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
No contar con sistema de facturación electrónica	0.07	1	0.07
Limitaciones en opciones de pago modernas y seguras	0.03	2	0.06
No tener alianzas con empresas y organizaciones locales	0.07	1	0.07
Atraso en los pagos de parte de los socios	0.03	2	0.06
Resistencia al cambio	0.03	2	0.06
Falta de mantenimiento en antenas de radio	0.06	1	0.06
Falta de sistemas para reducir el impacto ambiental	0.08	1	0.08
TOTAL	1		2.77

Elaborado por: Alexander Lemos

Análisis.

Fortalezas.

La estructura organizacional completa presenta una ponderación total de 0.11, la razón de su alto puntaje es debido al orden jerárquico y productivo que permite, pues en las empresas este apartado es fundamental para el éxito. Sin embargo, la cooperativa tiene una calificación de 4 puntos, indicando una gran gestión en la estructura corporativa.

Vehículos con buen mantenimiento, tiene una ponderación de 0.12, la cual es la más alta, considerando que, en el contexto de una cooperativa de taxis, el vehículo es el elemento primordial para ejercer. La calificación total obtenida es de 4 puntos, indicando que la cooperativa objeto de estudio se destaca en la calidad de su flota vehicular.

La presencia en ubicaciones estratégicas, presenta una ponderación de 0.06 relativamente baja, debido a que la matriz no es fundamental en la captación de clientes al referirnos a cooperativas de taxis. Sin embargo, la calificación obtenida es de 3 puntos, lo que muestra estar en una zona favorable, lo que permite estar cerca del cliente en las zonas más concurridas de la ciudad de Manta.

Siguiendo con el análisis financiero sólido, tiene una ponderación de 0.11, el cual es un valor alto, debido a que la toma de decisiones es más certera, principalmente al distribuir de mejor manera el presupuesto corporativo. La calificación dada es de 4 puntos, pues la cooperativa realiza análisis financieros de forma diaria, además de auditoria cada tres meses.

Incentivos y beneficios competitivos, presenta una ponderación de 0.07, pues a nivel interno es de mucha importancia, motivando a los trabajadores. La calificación dada es 3

puntos, pues la cooperativa da beneficios y comisiones de forma grupal, fomentando aún más el trabajo en equipo.

En la actualización de sistemas de cómputo, la ponderación obtenida total es de 0.08, por la razón de que no se relaciona directamente con el cliente, pero es de importancia en la toma de decisiones, facilitando los cálculos financieros y con mayor precisión. La calificación obtenida es de 3 puntos, ya que la cooperativa sí presenta actualizaciones de cómputo.

Por último encontramos que el 95% de las unidades de taxis utilizan gasolina, esta presenta una ponderación de 0.08, debido a que este combustible contamina en menor medida el medio ambiente, siendo así más amigables con el ecosistema. Esta actividad tuvo una calificación de 4 puntos, pues a pesar de no tener en su totalidad este mecanismo menos contaminante es que sus unidades de taxis el porcentaje sigue siendo alto.

Debilidades.

La falta de facturación electrónica tiene una ponderación de 0.07, debido a que es un sistema de comprobante cada vez más utilizado por las empresas, además que en algunos casos se les ha obligado a utilizar este método de facturación por el SRI. La calificación obtenida es de 1 punto, pues esta cooperativa no presenta este tipo de facturación en ningún tipo de gestión de pago.

Limitación en las opciones de pago presenta una ponderación de 0.03, principalmente se hace referencia a pago por transferencia la cual es muy usada por el público universitario. La calificación obtenida es de 2 puntos, esta forma de pago aun no es la preferida de personas mayores lo cual hace que sea una debilidad menor.

Siguiendo con la falta de alianzas con empresas locales u organizaciones tiene una ponderación de 0.07, porque las alianzas con las empresas permiten abarca un gran mercado de parte de la población económicamente activa, además de que el aumento del turismo en la ciudad de Manta hace más indispensables las alianzas con las agencias turísticas. La calificación obtenida es de 1 punto.

El atraso de pago de parte de los socios tiene una ponderación de 0.03, esta ponderación es relativamente baja a comparación con las demás la razón de aquello, es que esta problemática no es muy común en la cooperativa. La calificación obtenida es 2 puntos lo que significa que es una debilidad menor por lo antes dicho.

Resistencia al cambio tiene una ponderación de 0.03, esta puntuación al igual que la anterior debilidad es baja y las razones son también parecidas, debido a que es un pequeño porcentaje de los colaboradores que se resisten al cambio por permanecer en lo tradicional. La calificación total obtenida es de 2 puntos.

La falta de mantenimiento a las antenas de radio presenta una ponderación de 0.06, esta debilidad suele dificultar la comunicación entre las unidades de taxis, abarcando en muchas ocasiones menos público. La calificación obtenida es de 1 punto, pues esta debilidad no se presenta con mucha frecuencia.

Falta de sistema para reducir el impacto ambiental posee una ponderación de 0.08, esta debilidad puede presentar problemas en las regulaciones en la actualidad y potencialmente a futuro. La calificación total que registra es de 1 punto.

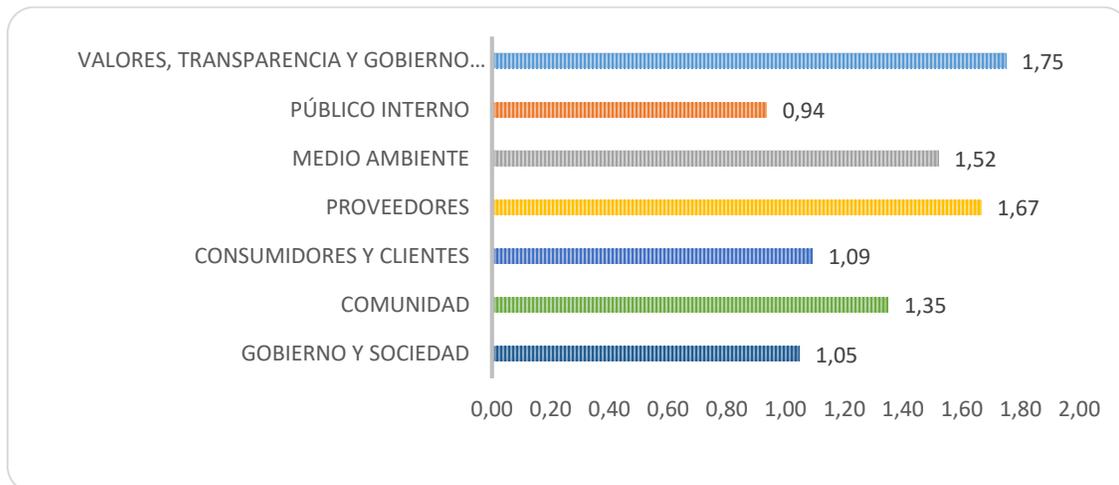
Puntuación ponderada.

Cabe mencionar que la puntuación ponderada total es de 2.77, señalando que la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43 se encuentra en una posición estable y sólida, teniendo fortalezas que son más significativas que las amenazas, lo que indica una variación a favor de la institución.

3.2.2. Variable: Responsabilidad Social Empresarial.

Tabla de frecuencia y análisis.

Ilustración 10: *Indicadores ethos de RSE*



Análisis

La encuesta de responsabilidad social empresarial (RSE) realizada en la cooperativa de taxis “Terminal Marítimo No. 43” proyecta los siguientes resultados: en valores, transparencia y gobierno corporativo de 1,75; en público interno de 0,94; por otra parte, el indicador de medio ambiente con un resultado de 1,52; en el indicador de proveedores con un total de 1,93; en consumidores y clientes se mostró un puntaje de 1,65; el indicador de

comunidad se presentó con el puntaje de 1,35 y por ultimo pero no menos importante se encuentra el indicador de gobierno y sociedad con un total de 0,86 en puntaje.

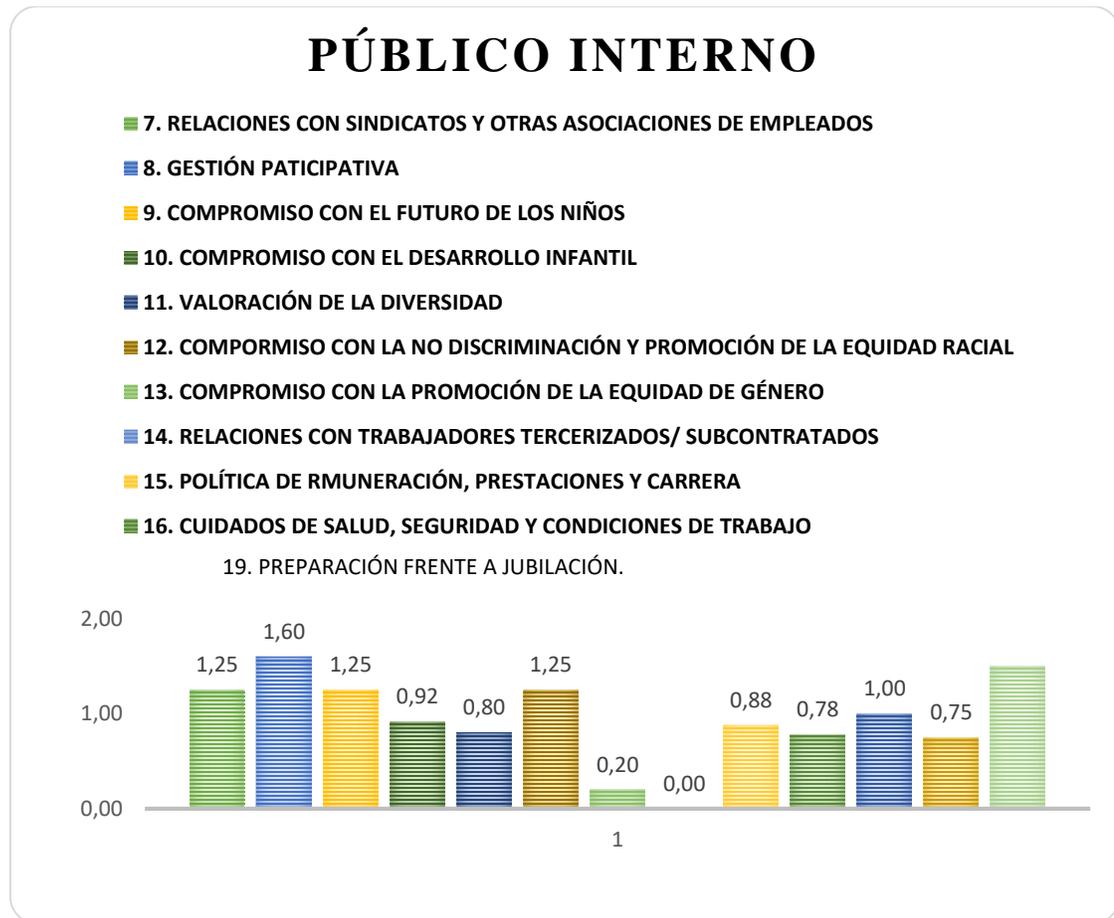
Ilustración 11: Resultados del indicador valores, transparencia y gobierno corporativo



Análisis.

Al revisar el gráfico de la encuesta CERES ETHOS aplicada en la cooperativa de taxis "Terminal Marítimo N°43" para evaluar su responsabilidad social empresarial, se observa que, en la dimensión de valores, transparencia y gobierno corporativo, los indicadores relaciones con la competencia y los compromisos éticos destacan con el índice más alto. Esto sugiere que la cooperativa de taxis tiene como punto fuerte el cumplimiento interno de compromisos éticos, lo que contribuye a un ambiente laboral positivo, y también se preocupa por mantener estos compromisos éticos externamente, generando así relaciones sólidas con la competencia.

Ilustración 12: Resultados del indicador publico interno



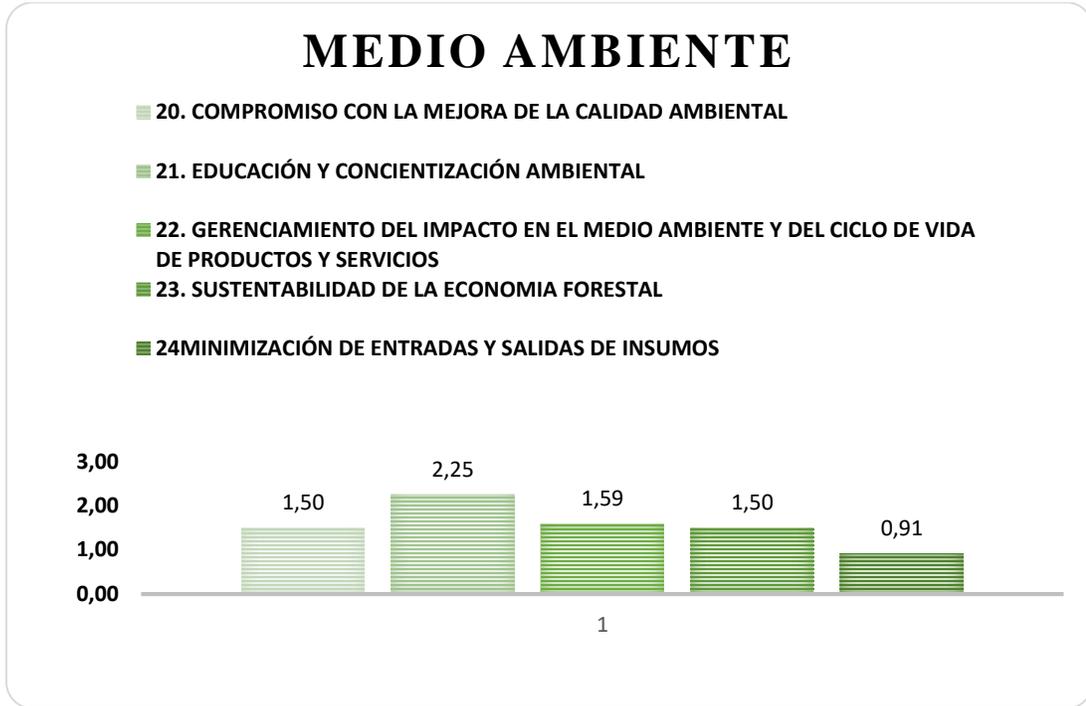
Análisis.

En la categoría de "público interno", los indicadores de gestión participativa y preparación para la jubilación muestran el índice más alto, evidenciando ser pilares fundamentales para la cooperativa de taxis. Estos aspectos pueden ser abordados desde diversas perspectivas y enfoques. Desde una primera perspectiva laboral, implica involucrar a los empleados en la toma de decisiones y en la estructura del trabajo. Fomentar la participación de los empleados no solo facilita una mejor preparación para la jubilación al

permitir su involucramiento en los procesos empresariales, sino que también genera un compromiso mutuo: la empresa brinda oportunidades de capacitación para promover planes de jubilación complementarios, creando un entorno laboral más inclusivo y saludable. Esto contribuye a un envejecimiento satisfactorio en el trabajo y a una transición más fluida hacia la jubilación.

Por otro lado, desde una perspectiva personal, la gestión participativa puede aplicarse a nivel individual en la planificación para la jubilación. Aquí, asumir un rol activo en la planificación financiera implica establecer metas claras y aumentar la participación en decisiones sobre inversiones y ahorros. Esto implica recibir educación y orientación sobre opciones de jubilación, con asesoramiento profesional que permita tomar decisiones informadas, incrementando así la probabilidad de una transición exitosa y una jubilación financieramente segura.

Ilustración 13: *Resultados del indicador medio ambiente*



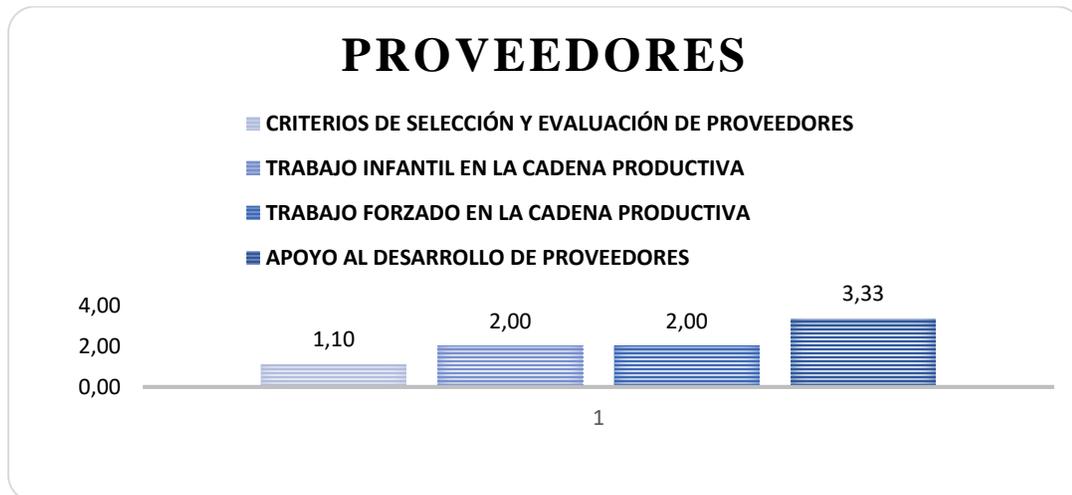
Análisis.

En el ámbito del "medio ambiente", los indicadores de educación y concienciación ambiental, así como el manejo del impacto ambiental y del ciclo de vida de productos y servicios, muestran el mayor índice, resaltando la fortaleza de la cooperativa de taxis en cuanto a la educación y concienciación ambiental. Esta base proporciona el marco esencial para comprender y abordar los desafíos ambientales. Por otro lado, el manejo del impacto ambiental y del ciclo de vida de productos y servicios se apoya en el conocimiento para implementar prácticas más sostenibles. Ambos enfoques fomentan una mayor responsabilidad y contribuyen a la protección y preservación del medio ambiente para las generaciones actuales y futuras.

La educación y concienciación juegan un papel crucial al enfrentar desafíos y comprender la importancia de la protección del medio ambiente. Al combinar la educación ambiental con la educación vial, los miembros de la cooperativa desarrollan actitudes y valores que promueven la conservación de recursos naturales y la adopción de prácticas sostenibles tanto en la vida diaria como en la laboral. Esto implica un enfoque integral en el ciclo de vida de los productos y servicios, desde su concepción y diseño hasta su producción, uso y disposición final. Además, implica adquirir conocimientos sobre problemas ambientales como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la contaminación, así como sobre formas de mitigar y adaptarse a estos desafíos.

Como cooperativa, es crucial reducir la contaminación generada por los taxis. Para abordar esto, se han implementado medidas a nivel individual y político. Estas incluyen mejorar el mantenimiento de los vehículos para asegurar su eficiencia en el consumo de combustible y la reducción de emisiones, así como capacitar a los conductores en técnicas de conducción eficiente para reducir el impacto ambiental.

Ilustración 14: *Resultados del indicador proveedores*



Análisis.

En la dimensión de "proveedores", los indicadores de apoyo al desarrollo de proveedores, trabajo forzado y trabajo infantil en la cadena productiva muestran el índice más alto, lo que resalta la fortaleza de la cooperativa de taxis en el apoyo al desarrollo de sus proveedores como una contribución fundamental para prevenir y abordar el trabajo infantil y forzado en la cadena de suministro. Al proporcionar asistencia técnica, capacitación y recursos a los proveedores, la empresa fomenta prácticas laborales equitativas y seguras. Establecer políticas y requisitos claros garantiza el respeto a los derechos humanos y laborales en toda la cadena de suministro.

El respaldo a los proveedores en su desarrollo no solo facilita el cumplimiento de normativas ambientales, sino que también se convierte en un medio para combatir el trabajo infantil, una grave violación de los derechos humanos. Es esencial establecer políticas y requisitos claros en las cadenas de suministro para mejorar las condiciones laborales, asegurar salarios justos y condiciones de trabajo seguras, así como para garantizar el cumplimiento de la edad mínima para el empleo, reduciendo las condiciones que propician la explotación infantil.

Por otro lado, el trabajo forzado, que abarca la servidumbre por deudas, el trabajo involuntario y las condiciones laborales coercitivas, también se presenta en las cadenas productivas. Es crucial establecer políticas claras que prohíban el trabajo forzado y exigir a los proveedores que cumplan con estándares laborales y derechos humanos. Esto no solo

beneficia a la cooperativa, sino que contribuye significativamente a la sociedad al aumentar su impacto positivo.

Ilustración 15: Resultados del indicador consumidores y clientes



Análisis.

En la dimensión de "consumidores y clientes", los indicadores de política comercial y excelencia en la atención muestran el índice más alto, evidenciando que la cooperativa de taxis destaca por su estrategia de comunicación comercial dirigida al público en general mediante folletos y promociones impulsadas por sus socios. Esta estrategia ha llevado a un aumento en la base de clientes, quienes, a su vez, recomiendan los servicios de la cooperativa debido a la calidad excepcional de la atención recibida. Esto ha generado un efecto positivo de marketing de boca a boca, donde los clientes satisfechos comparten sus experiencias y recomiendan los servicios a otros.

Ilustración 16: *Resultados del indicador comunidad*



Análisis.

En la dimensión de "comunidad", los indicadores de gestión del impacto de la empresa en la comunidad local y las relaciones con organizaciones locales muestran el índice más alto. Esto refleja la fortaleza de la cooperativa de taxis en mantener relaciones positivas con las organizaciones locales debido a su compromiso ético externo. Esta conexión se traduce en un impacto positivo en la comunidad circundante, fomentando la participación en actividades sociales y promoviendo la vinculación con iniciativas que benefician a esa comunidad.

Ilustración 17: Resultados del indicador gobierno y sociedad



Análisis.

En el ámbito de "gobierno y sociedad", los indicadores de liderazgo e influencia social, junto con la participación activa en proyectos sociales gubernamentales, sobresalen con el índice más alto. Esto destaca la posición sólida de la cooperativa de taxis, obtenida a través de un compromiso continuo en una amplia gama de proyectos sociales. La cooperativa ha sido reconocida por su liderazgo y su influencia en la comunidad, gracias a su participación constante en actividades benéficas y sociales.

Durante años, la cooperativa ha ofrecido sus instalaciones como centro para diversas iniciativas, desde brigadas médicas hasta eventos de recaudación de fondos como bingos benéficos. Esta participación activa ha demostrado el compromiso inquebrantable de la

cooperativa con el bienestar de la comunidad. Su presencia en proyectos sociales gubernamentales ha fortalecido aún más su influencia, consolidando su posición como un actor clave en la mejora de la calidad de vida en la región.

Este liderazgo proactivo no solo ha generado un impacto positivo en la comunidad, sino que también ha establecido la cooperativa como un modelo a seguir en la colaboración entre el sector privado y el gobierno para abordar las necesidades sociales. Su constante apoyo y compromiso con proyectos que van desde la asistencia médica hasta iniciativas de apoyo social demuestran su enfoque integral para marcar una diferencia significativa en la vida de las personas en la comunidad.

3.3.Discusión

3.3.1. Cuantitativo.

Los resultados presentes en este apartado responden al estudio cuantitativo el cual se realizó por medio de una encuesta aplicada al personal administrativo de la cooperativa y también responden al estudio cuantitativo realizado por medio de una encuesta al personal administrativo de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43.

La cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43 ha sido el enfoque de este estudio cuantitativo para entender de mejor manera como la planeación estratégica y los valores corporativos impactan en la satisfacción además del compromiso del personal administrativo. Por medio del análisis de datos recopilados se ha identificado algunos hallazgos

significativos que proporcionan una mejor visión sobre la percepción y la experiencia del personal con relación con estos aspectos que son clave en la cooperativa.

Identificación con la Misión y Motivación del Personal: Los resultados visualizan que la misión de la cooperativa es efectiva para generar una mayor identificación y a la vez motivación en el personal administrativo, la claridad y la precisión de la misión, así como su enfoque el cual reconoce y valora el trabajo de los empleados, han contribuido en esta percepción positiva. Estos resultados sugieren una misión definida correctamente es un factor importante para promover un sentido de mayor pertinencia y compromiso en el personal.

Visión Orientada al Futuro y Oportunidades de Crecimiento: Los datos muestran que la visión establecida a largo plazo de la cooperativa ha sido bien recibida por el personal administrativo quienes perciben que sí hay oportunidades para su crecimiento profesional mientras estén en la organización. Este hallazgo agrava más la importancia de tener una visión clara y compartida que de motivación y guíe a las correctas acciones de la organización, la percepción de las oportunidades de crecimiento puede mejorar significativamente la satisfacción de cada una de las personas involucradas en la cooperativa además del compromiso de estos mismos.

Estructura Corporativa Alineada con la Visión y Misión: Por medio del estudio realizado se puede contemplar una alineación significativa entre los objetivos estratégicos, estrategias y políticas de la cooperativa con la visión y misión de esta misma. Esta coherencia en la gestión de la toma de decisiones empresariales promueve un sentido de dirección y propósito entre el personal. Los resultados establecidos sugieren que una estructura

corporativa encaminada correctamente puede facilitar la implementación de las estrategias organizacionales y mejorar la eficiencia operativa.

Valores Corporativos y Compromiso Comunitario: Los valores corporativos y el compromiso comunitario son destacados en los resultados. La inclusión de normativas que tienen el fin de promover el respeto y la responsabilidad tanto dentro como fuera de la cooperativa parece ser de mucho valor por el personal estos resultados demuestran la importancia de cultivar una cultura organizacional que se basa en valores compartidos que ayuden a la colaboración y el compromiso interno y externo de la organización.

En pocas palabras los resultados que este estudio arrojó proporcionan una visión detallada de cómo la planeación estratégica junto con los valores corporativos impacta en la satisfacción y el compromiso del personal administrativo de la cooperativa Terminal Marítimo N° 43. Estos hallazgos poseen importantes implicaciones en la gestión de Recursos Humanos y también en la gestión del desarrollo organizacional.

Departes del análisis de los resultados relacionados con la responsabilidad social empresarial en la cooperativa de taxi terminal marítimo N° 43 muestran algunas prácticas y percepciones que generan un impacto significativo en el personal y en la comunidad. A continuación, se discuten estos hallazgos en el contexto de la satisfacción del personal, el impacto que generan por la eficiencia operativa y la Comunidad.

Apoyo a la comunidad y satisfacción del personal: los datos indican que la cooperativa da apoyo a la comunidad por medio de diversas actividades, lo que causan una percepción positiva dentro y fuera de la institución. Esta práctica tiene la tendencia a

contribuir a la satisfacción del personal ya que generan orgullo en los colaboradores al trabajar para una empresa que tiene un impacto positivo en la Comunidad. Estos hallazgos subrayan importancia de la responsabilidad social empresarial como un factor que puede influir en la percepción y el compromiso del personal.

Gestión económica y productividad del personal: La gestión económica responsable, tomando en cuenta el cumplimiento de las obligaciones fiscales y prácticas financieras éticas se vinculan con una mayor satisfacción y productividad del personal. Los colaboradores valoran ese punto diferencial positivo de la cooperativa frente a sus competidores. Lo que indica que la adopción de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial puede ser un factor diferenciador en un mercado cambiante. Además, la alineación de estas prácticas con los valores corporativos puede aumentar la cohesión y el mayor compromiso del personal con los objetivos institucionales

Eficiencia operativa y competitividad: La implementación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial también se encuentran vinculadas a una mayor eficiencia en las operaciones y por ende en la competitividad de la cooperativa. La reducción del consumo de recursos y la implementación de reformas de conservación ambiental no sólo generan ahorros a largo plazo, sino que también mejoran la imagen y reputación de la cooperativa en la sociedad. Este hallazgo resalta la importancia de considerar la responsabilidad social empresarial como una estrategia integral para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de la organización.

Programas de capacitación y compromiso ambiental: La cooperativa tiene un compromiso de mucho valor con la mitigación de la contaminación y la promoción de

prácticas ambientalmente responsables. Los programas de capacitación para el personal además de la vinculación activa en actividades de reciclaje y limpieza comunitaria reflejan un enfoque proactivo hacia la sostenibilidad ambiental. Estas acciones no sólo tienen un impacto positivo en el entorno, sino que también mejora la moral y por ende compromiso del personal al identificarse y formar parte de una institución que le da valor a la protección del medio ambiente.

En pocas los resultados obtenidos en este estudio resaltan la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43 no solo como una práctica ética, sino que también como una estrategia empresarial la cual es efectiva para mejorar la satisfacción del personal, la eficiencia operativa y la competitividad organizacional. Estos hallazgos tienen importantes implicaciones para lo que abarca en la gestión empresarial y el desarrollo de la sostenibilidad en el contexto de las cooperativas de transporte.

3.3.2. Cualitativo descriptivo.

Planeación estratégica

Después del estudio cuantitativo, es importante discutir los resultados cualitativos, la complementación entre estos métodos de investigación permiten corroborar los resultados obtenidos, brindando una visión más clara y precisa ante los hechos que rodean a la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43.

Dentro del estudio cualitativo en la planeación estratégica, los resultados obtenidos se discutirán por medio de una herramienta analítica cuyo fin es evaluar como la cooperativa

puede hacer uso de sus fortalezas para aprovechar las oportunidades y como puede mermar las debilidades y protegerse de las amenazas. Este proceso de evaluación puede realizarse mediante matrices mixtas como DOFA Y DAFO, la forma de calificación en este método es simple en donde 0 es igual relación baja, 5 es igual relación media y 10 es igual a relación alta, cabe mencionar que esta herramienta nos permite saber cuáles son los factores internos y externos más factibles para el posterior desarrollo de estrategias empresariales. La forma de relaciones los factores son diferentes, en el cual:

- La relación FO mide el éxito.
- La relación FA mide el desgaste
- La relación DO mide adaptación.
- La relación DA mide el riesgo.

3.3.2.1. Matriz mixta fortalezas-oportunidades (FO)

Éxito: Hace referencia a la capacidad de la cooperativa en utilizar las fortalezas para sacar provecho de las oportunidades en el entorno. Esto puede implicar entrar en nuevos mercados o aprovechar tendencias tecnológicas para mejorar la eficiencia operativa.

Tabla 16: Matriz FO

MATRIZ MIXTA FO EXITO	Fortalezas								
	Contar con una estructura organizacional completa. Flota de vehículos con buen mantenimiento Presencia en ubicaciones estratégicas Análisis financiero sólido Incentivos y beneficios competitivos Actualización de sistemas de cómputo El 95% de la unidades de taxi usan gasolina Sumatoria								
Oportunidades		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	
Infraestructura de transporte	O1	0	10	5	0	0	0	0	15
Aumento del turismo	O2	0	10	10	0	5	0	0	25
Turismo y evento sociales	O3	0	10	10	0	5	0	0	25
Pagos electrónicos y sin contacto	O4	5	0	0	5	0	10	0	20
Participación en eventos comunitarios	O5	0	0	5	10	10	0	0	25
Decreto Ejecutivo 462	O6	0	5	0	0	0	0	10	15
Sumatoria		5	35	30	15	20	10	10	

Elaborado por Alexander Lemos

Factores selecciones

Oportunidad: Aumento del turismo.

Fortaleza: Flota de vehículos con mantenimiento adecuado.

3.3.2.2. Matriz mixta fortalezas-amenazas (FA)

Desgaste: Se centrar en como las debilidades de la cooperativa pueden hacerla más vulnerable a frente a las amenazas del entorno. Esto va desde perder poder ante los competidores, tener problemas financieros por los cambios desfavorables del entorno, o no tener una adaptación adecuada frente a las nuevas tecnologías.

Tabla 17: Matriz FA

MATRIZ MIXTA FA DESGASTE		Fortalezas							
		Contar con una estructura organizacional completa.	Flota de vehículos con buen mantenimiento	Presencia en ubicaciones estratégicas	Análisis financiero sólido	Incentivos y beneficios competitivos	Actualización de sistemas de computo	El 95% de la unidades de taxi usan gasolina	Sumatoria
Amenazas		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	
Inestabilidad política	A1	0	0	0	0	0	0	0	0
Inestabilidad económica	A2	0	10	0	0	5	0	5	20
Aumento de la inseguridad a nivel nacional	A3	0	0	0	0	0	0	0	0
Competencia de aplicaciones de transporte compartido	A4	0	0	0	0	5	0	0	5
Impacto del cambio climático	A5	0	10	0	0	5	0	10	25
Regulaciones laborales	A6	5	5	0	0	10	0	0	20
Sumatoria		5	25	0	0	25	0	15	

Elaborado por Alexander Lemos

Factores selecciones

Amenaza: impacto del cambio climático.

Fortaleza: flota de vehículos con mantenimiento adecuado.

3.3.2.3. Matriz mixta debilidades-oportunidades (DO)

Adaptación: Hace referencia a la habilidad que presenta la cooperativa para mermar las debilidades y transformarlas en fortalezas o de adaptarse a las amenazas de forma que se vuelvan oportunidades. La adaptación puede implicar reestructuración organizativa, inversión en investigación o también puede significar la reorientación de estrategias de mercado.

Tabla 18: *Matriz DO*

Oportunidades	MATRIZ MIXTA DO ADAPTACION								
	Debilidades	No contar con sistema de facturación electrónica	Limitaciones en opciones de pago modernas y seguras	No tener alianzas con empresas y organizaciones locales	Atraso en los pagos de parte de los socios	Resistencia al cambio	Falta de mantenimiento en antenas de radio	Falta de sistemas para reducir el impacto ambiental	Sumatoria
		D1	D2	D3	D4	D5	D6		
Infraestructura de transporte	O1	0	0	0	0	0	0	5	5
Aumento del turismo	O2	5	10	10	10	5	10	10	60
Turismo y evento sociales	O3	5	10	5	5	5	10	10	50
Pagos electrónicos y sin contacto	O4	10	10	5	0	10	0	0	35
Participación en eventos comunitarios	O5	0	0	0	0	0	0	5	5
Decreto Ejecutivo 462	O6	0	0	0	0	0	0	0	0
Sumatoria		20	30	20	15	20	20	30	

Elaborado por Alexander Lemos

Factores seleccionados

Oportunidad: aumento del turismo.

Debilidad: limitaciones en opciones de pago modernas y seguras.

3.3.2.4. Matriz mixta debilidades-amenazas (DA)

Riesgo: Evalúa la probabilidad de que acciones estratégicas no completen los resultados enmarcados por las amenazas del entorno y también por las debilidades corporativas. Esta gestión involucra la identificación de estos posibles problemas con anticipación para así elaborar planes de contingencia para abordarlos.

Tabla 19: *Matriz DA*

MATRIZ MIXTA DA RIESGO	Amenazas	Amenazas						Sumatoria
		Inestabilidad política	Inestabilidad económica	Aumento de la inseguridad a nivel nacional	Competencia de aplicaciones de transporte compartido	Impacto del cambio climático	Regulaciones laborales	
Debilidades		A1	A2	A3	A4	A5	A6	
No contar con sistema de facturación electrónica	D1	0	0	0	5	0	10	15
Limitaciones en opciones de pago modernas y seguras	D2	0	5	5	10	0	5	25
No tener alianzas con empresas y organizaciones locales	D3	5	0	5	10	0	0	20
Atraso en los pagos de parte de los socios	D4	5	10	10	10	5	5	45
Resistencia al cambio	D5	0	0	0	5	0	0	5
Falta de mantenimiento en antenas de radio	D6	5	10	5	10	5	0	35
Falta de sistemas para reducir el impacto ambiental	D7	0	10	0	0	5	5	20
Sumatoria		15	35	25	50	15	25	

Elaborado por Alexander Lemos

Factores seleccionados

Debilidad: atraso en los pagos de parte de los socios.

Amenaza: competencia de aplicaciones de transporte compartido.

3.3.2.5. Factores seleccionados

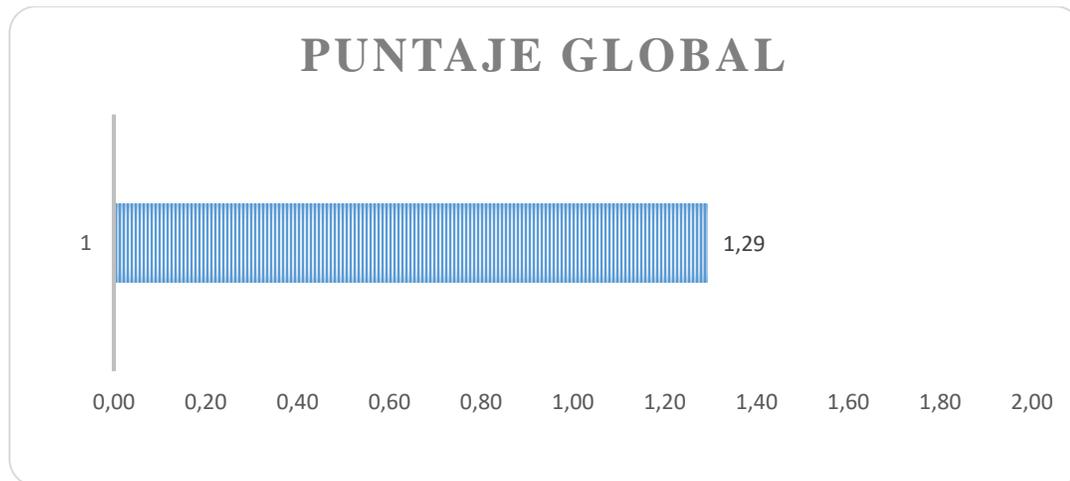
Tabla 20: *Matriz combinada*

	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
AMENAZAS (A)	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto del cambio climático. • Flota de vehículos con mantenimiento adecuado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Atraso en los pagos de parte de los socios. • Competencia de aplicaciones de transporte compartido.
OPORTUNIDADES (O)	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del turismo. • Flota de vehículos con mantenimiento adecuado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del turismo. • Limitaciones en opciones de pago modernas y seguras.

Elaborado por: Alexander Lemos.

Responsabilidad social empresarial.

El análisis de los resultados obtenidos por medio del marco de evaluación del Instituto Ceres Ethos en la cooperativa de taxi terminal marítimo N° 43 muestra una serie de puntos de mucha fortaleza, pero también muestra áreas de mejora en relación con su responsabilidad social empresarial. A continuación, se discuten estos hallazgos en el contexto de la satisfacción del personal, la eficiencia operativa y también la competitividad organizacional, no sin antes mencionar el puntaje global.

Ilustración 18: *Puntaje global (RSE)*

El resultado de la encuesta CERE ETHOS realizada en la cooperativa de taxis “Terminal marítimo N°43” presento como puntaje global de 1.29, lo que demuestra que, la cooperativa de taxis, si tiene buenas acciones y conocimientos con respecto a la responsabilidad social empresarial (RSE), además de comprometerse a ejercer una gestión socialmente responsable.

Dimensión de valores, transparencia y gobierno corporativo: El análisis indica que es la cooperativa presenta un alto índice en los indicadores que se relacionan con la competencia y los compromisos éticos que esta conlleva, lo que sugiere un cumplimiento tanto interno como externo de elevados estándares éticos. Este hallazgo es coherente con los resultados que se obtuvieron anteriormente en los cuales resaltan la importancia de los valores corporativos en la gestión de la satisfacción del personal y la eficiencia operativa. Además, se mencionó que la cooperativa se destaca en mantener sólidas relaciones con la competencia lo que refuerza aún más el ideal de una gestión transparente y ética en todas sus interacciones.

Dimensión de público interno: Los indicadores en la gestión participativa y preparación para la jubilación son las que muestran un mayor índice, lo que simplemente confirma la importancia de estos aspectos para el personal de la cooperativa. Estos resultados se reflejan en los hallazgos anteriores en los cuales se destaca la satisfacción del personal y también la percepción positiva de la cooperativa como un lugar de trabajo en el cual se promueve la participación, la opinión y el desarrollo profesional.

Dimensión de medio ambiente: La educación y la concienciación ambiental, junto con el manejo del impacto ambiental además del ciclo de vida de productos y servicios presentan un índice más elevado estos resultados corrobora la idea de que la cooperativa tiene una fuerte orientación hacia la sostenibilidad ambiental. Las prácticas ambientales responsables no sólo contribuyen al bienestar del medio ambiente, sino que también puede mejorar la reputación, la imagen y la identidad de la cooperativa.

Dimensión de proveedores: Los indicadores de apoyo al desarrollo de proveedores y la prevención del trabajo infantil y forzado en la cadena productiva muestran un mayor índice. Estos resultados corroboran lo importante que es establecer relaciones bajo la ética y la equidad con los proveedores, la cooperativa demuestra un compromiso sólido con la promoción de prácticas laborales justas y el respeto a los derechos humanos.

Dimensión de consumidores y clientes: Los indicadores de política comercial y excelencia en la atención al Cliente son los que tienen un mayor índice. Esto demuestra que la cooperativa no desestima esfuerzos por ofrecer servicios con un mayor estándar de calidad y mantener relaciones sólidas con sus clientes cómo se menciona anteriormente. La

satisfacción del cliente además de una sólida reputación en el mercado son puntos clave para alcanzar el éxito continuo de la cooperativa.

Dimensión de comunidad: Los indicadores de gestión del impacto de la empresa en la comunidad local y las relaciones con organizaciones locales demuestran un alto índice a comparación con las demás. Esto indica el compromiso que tiene la cooperativa con todo lo que abarca el bienestar de la comunidad circundante, como se menciona anteriormente. La participación activa en las actividades sociales y la colaboración a iniciativas comunitarias son parte fundamental de la identidad y la cultura que se maneja corporativamente.

Dimensión de gobierno y sociedad: Los indicadores de liderazgo e influencia social, junto con la participación activa en proyectos sociales gubernamentales son los que sobresalen con un mayor índice. Estos resultados confirman el papel importante de la cooperativa en la promoción del bienestar social y el desarrollo de la comunidad. Su liderazgo proactivo y compromiso con los diversos proyectos sociales indican un enfoque íntegro para abordar las necesidades que presenta la sociedad para así mejorar la calidad de vida en la región.

En pocas palabras los resultados de la encuesta CERES ETHOS respaldan y complementan los hallazgos anteriores sobre la responsabilidad social empresarial en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43. Estos resultados simplemente destacan lo importante de una gestión ética transparente y sostenible en todas las dimensiones y operaciones de la cooperativa lo que claramente contribuye a su éxito a largo plazo y a su impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente.

CAPITULO IV

4. Diseño de la Propuesta

4.1. Título

Estrategias Integradas para el Éxito Empresarial: un enfoque tridimensional en factores Internos, externos y la gestión socialmente responsable en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N° 43.

4.2. Datos informativos

Institución ejecutora: *Cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43*

Responsables de la propuesta: *Alexander Lemos Rodríguez*

Beneficiarios: *Personal administrativo y socios.*

Ubicación: *Provincia de Manabí (Manta).*

Equipo técnico: *Investigador, presidente de la cooperativa y tutor.*

4.3. Justificación de propuestas

Las siguientes propuestas estratégicas nacen en repuesta a los resultados obtenidos en la investigación sobre el análisis de la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43. Estos resultados cuantitativos y cualitativos, muestran una satisfacción del personal en las gestiones internas como la misión, visión, objetivos y valores de parte de la planeación estratégica, además de las gestiones sociales, económicas y ambientales de parte de la responsabilidad social.

El estudio mostro también que externamente la cooperativa puede hacer mayores esfuerzos en el aprovechamiento de las oportunidades y defenderse de las amenazas, pero refiriéndonos internamente la cooperativa se encuentra estable y sólida. En la gestión socialmente responsable de manera más específica los resultados obtenidos muestran que la cooperativa si realiza este tipo de prácticas y se compromete a mejorar.

Es por ello que es necesario la implementación de estrategias que velen por el óptimo aprovechamiento de las oportunidades, que generen una mayor defensa ante las amenazas, fortalecer e incrementar las fortalezas y disminuir las debilidades, teniendo en cuenta la gestión socialmente responsable.

4.4. Objetivos

4.4.1. Objetivo general

Implementar un modelo de estrategias integradas que aborden los factores internos y factores externos y la gestión socialmente responsable para optimizar las operaciones, además, de la sostenibilidad de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43, aportando de esta forma a su existo empresarial del hoy y del mañana.

4.4.2. Objetivos específicos

- Desarrollar estrategias que ayuden a reforzar a la cooperativa internamente.
- Desarrollar estrategias que ayuden a reforzar a la cooperativa externamente.
- Fomentar la cultura de la responsabilidad social dentro de la cooperativa.
- Implementar un plan de acción.

4.5. Propuestas estratégicas.

4.5.1. Propuesta: Relación mixta fortaleza-oportunidad (FO)

Estrategia

Integración y alianzas con empresas locales y agencias turísticas.

Objetivos estratégicos

- Brindar a un mayor número personas el servicio de transporte de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43.
- Aumentar las utilidades y recursos de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43.

Justificación.

La problemática expuesta en la matriz de relación mixta de fortalezas y oportunidades indica que el mercado en la ciudad de Manta está en constante crecimiento, lo cual beneficia a muchas entidades empresariales entre ellas las cooperativas de taxis, el mercado empresarial privado, público y la llegada de un mayor número de turista, representa una gran oportunidad que se intensifica por medio de la fortaleza de flota de vehículos en buen estado, lo que hace indispensable la estrategia de integración y alianzas con empresas locales y agencias turísticas.

Descripción

Incrementar la base de clientes satisfechos que promuevan activamente del servicio representa un objetivo clave para la cooperativa. Conscientes de esta meta y capitalizando el

auge turístico experimentado en la ciudad de Manta, las aspiraciones son potenciar las ganancias mediante la captación de un espectro más amplio de usuarios. Esto incluye tanto a visitantes provenientes de diversas regiones del país como a turistas internacionales, así como personal de empresas locales, enriqueciendo así la diversidad de clientes. La implementación de una estrategia orientada a establecer alianzas con agencias turísticas y empresas locales desempeñará un rol crucial en este empeño, ya que brindará un canal directo y eficiente para conectar con esta audiencia global. Al forjar estos vínculos estratégicos, no solo se ampliará el alcance de mercado, sino que también mejora la percepción del servicio a nivel provincial, consolidándose como la opción predilecta para el transporte seguro y confiable en Manta. Este enfoque no solo aspira a aumentar las utilidades, sino que también se alinea con la visión de ofrecer experiencias de viaje excepcionales, fomentando así recomendaciones positivas que sirvan de pilar para nuestro crecimiento sostenido.

4.5.2. Propuesta: Relación mixta fortaleza-amenaza (FA)

Estrategia

Diversificación de servicios (entregas a domicilio)

Objetivos estratégicos

- Obtener más opciones de trabajo por medio de las unidades de taxis
- Reducir las pérdidas por los problemas que causan el cambio climático

Justificación

Por medio de la relación mixta de las fortalezas y amenazas, se mostró que es de importancia establecer estrategias que ayuden a mitigar los efectos negativos del cambio climático, que específicamente se presentan en la época de invierno, sacando más provecho

de las unidades de taxis las cuales están bien cuidadas, los problemas climáticos son siempre un problema mayor ya que no se lo puede controlar pero si se puede estar preparados para afrontarlo de la mejor manera, evitan la pérdida significativa en las utilidades.

Descripción

Durante las temporadas de las torrenciales lluvias o eventos de clima muy intensos, la demanda del transporte privado disminuye, pero la demanda del servicio de entrega a domicilio suele aumentar, esta estrategia permite a la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43 ofrecer servicios de entrega a domicilio para las distintas entidades empresariales locales, tales como empresas farmacéuticas, supermercados o restaurantes, aprovechando la flota de taxis, esta estrategia permite mitigar las pérdidas generadas por los efectos del cambio climático, además de ser un servicio valioso para la comunidad en general, cabe mencionar que esta estrategia se la puede utilizar incluso si no hay efectos por cambio climático.

4.5.3. Propuesta: Relación mixta debilidades-oportunidades (DO)

Estrategia

Implementación del sistema de pago rápido y seguro PayPal

Objetivos estratégicos

- Brindar facilidad de pago moderno y seguro a la ciudadanía local y extranjera
- Captar mayor cantidad de usuario en busca de servicio de transporte de taxi

Justificación

Lo expuesto en la matriz mixta de las debilidades y oportunidades revelo que el aumento del turismo es una fuente importante para el desarrollo corporativo, diversificando la economía local, es importante tener en cuenta que para poder sacar beneficio de este aumento de extranjeros a la ciudad es fundamental mejorar las formas de pagos que brinden facilidad y seguridad a los usuarios locales y extranjeros, de esta forma la cooperativa se presenta como una institución a la vanguardia de los clientes.

Descripción

La implementación de PayPal en la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N° 43 se presenta a ser una estrategia innovadora para poder capitalizar el crecimiento del turismo en la ciudad de Manta, ofreciendo a los visitantes extranjeros una opción de pago la cual es segura, conveniente y además familiar, sin importar las diferencias de monedas. Al integrar PayPal la cooperativa facilita el proceso que transacciones internacionales, asegurando que los turistas puedan pagar por los servicios del taxi con facilidad y confianza utilizando la moneda a las que ellos están acostumbrados a través de un proceso de conversión automática. Este sistema mejorará la experiencia del cliente al eliminar la problemática de las barreras de pago y las preocupaciones de seguridad asociada al manejo de efectivo e incluso las tarjetas de crédito, este sistema también permitirá que la cooperativa se posicione como una institución con sistemas modernos y accesibles logrando una mayor satisfacción del cliente lo que conlleva a un aumento de los usuarios en busca del servicio de taxi de la cooperativa Terminal Marítimo N° 43.

4.5.4. Propuesta: Relación mixta debilidades-amenazas (DA)

Estrategia

Implementación de la aplicación Fedo Taxi en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43

Objetivos estratégicos

- Competir frente a las aplicaciones de transporte compartido
- Aumentar los recursos de los socios de la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43

Justificación

La problemática expuesta en la matriz mixta de debilidades y amenazas, demuestra que los dos problemas centrales en la cooperativa son el atraso de los pagos de los socios y la competencia de las aplicaciones de transporte compartido, éstas representa pérdidas económicas, pues estas aplicaciones ofrecen un mejor servicio que el taxi convencional y cada vez se hace más frecuente el uso de estas. Para poder mitigar el atraso de los pagos de parte de los socios es fundamental implementar estrategias que ayuden a captar mayor número de usuarios y por ende el incremento de las utilidades en cada uno de los socios, logrando así eliminar o reducir en gran medida esta debilidad, además de defendernos de la amenaza de las aplicaciones de transporte compartido.

Descripción

La aplicación fedo taxi es respaldada por la federación nacional y homologada por la ANT, esta app permite llegar al cliente en el lugar exacto donde se encuentren sin necesidad

de buscarlo por medio de los movimientos innecesarios, esta app también brinda mayor seguridad ya que los datos de las unidades de taxis, así como la información necesaria del conductor son compartidas con el usuario.

4.5.4.1. Enfoque a la responsabilidad social empresarial

Objetivos

- Eliminar los movimientos innecesarios de las unidades de taxis
- Reducir el consumo de combustible

Justificación

Es importante que las empresas tengan responsabilidad sobre sus acciones en la comunidad y el medio ambiente, la búsqueda de estrategias debe también enfocarse esta causa, tal como se presentó en esta investigación la cooperativa de taxis si tiene ciertas actividades socialmente responsable, pero se comprometía a realizar más, este es corroborado por el puntaje que señalo la encuesta Ceres Ethos.

Descripción

Tal como se mencionó anteriormente la aplicación fedo taxi reduce los movimientos innecesarios, reduciendo el consumo de combustible, lo cual es en pro del medio ambiente, mejorando el grado de responsabilidad social, además de ser una opción óptima para economizar ya que al reducir el consumo del combustible se logra ahorra significativamente.

4.5.5. Propuesta: Responsabilidad social empresarial (comunidad).

Estrategia

Establecer sistema de taxis ruta

Objetivos estratégicos

- Brindar apoyo a la comunidad estudiantil y trabajadora
- Reducir gasto de transportación a la comunidad

Justificación

Según la investigación realizada en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43 mediante la encuesta Ceres Ethos, en donde la cooperativa se compromete a realizar gestiones a beneficio de la comunidad, siguiendo con lo antes mencionado, es de conocimiento público el problema que tiene los estudiantes universitarios y trabajadores de conseguir el transporte a bajo precio, debido a que las unidades de buses terminan sus labores a las 9 pm en la ciudad de Manta, es por ello lo importante de implementar estrategias que ayuden a merma esta problemática.

Descripción

Al implementar un sistema de taxi compartido dirigido a estudiantes universitarios y trabajadores: Esta iniciativa de la cooperativa contribuye significativamente a la responsabilidad social empresarial, ya que este modelo de servicio permite rebajar los costos del transporte público. Esto representa un ahorro financiero importante para los ciudadanos que opten por este sistema de taxi compartido, especialmente porque se establecen rutas fijas que cubren amplias zonas de la ciudad de Manta. El costo del servicio es fijo, sin importar la

distancia recorrida, basándose en un modelo de cobro por pasajero en lugar de por kilómetros, con una tarifa única de USD 1 por persona, que resulta ser inferior a la tarifa mínima habitual de un taxi.

Este enfoque es particularmente relevante para los estudiantes universitarios que, al terminar sus jornadas académicas nocturnas, se encuentran con la escasez de autobuses, obligándolos a recurrir a taxis y, en muchas ocasiones, a incurrir en gastos elevados por el largo trayecto desde la universidad hasta sus hogares. Lo mismo aplica para los trabajadores cuyas labores terminan tarde en la noche, quienes enfrentan situaciones similares. El servicio de taxi compartido facilita que un grupo de estudiantes o trabajadores comparta una misma unidad, pagando todo un precio único que no varía con la distancia, como ya se ha destacado.

4.5.6. Propuesta: Responsabilidad social empresarial

Estrategia

Servicio de respuesta a inundaciones

Objetivos estratégicos

- Contribuir a la ciudadanía en momentos negativos
- Brindar transporte de manera gratuita a los más necesitados.

Justificación

Según la investigación realizada en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43 mediante la encuesta Ceres Ethos, en donde la cooperativa se compromete a realizar gestiones a beneficio de la comunidad, siguiendo con lo antes mencionado, las afectaciones por la época de invierno generan problemas a toda la ciudadanía en especial a las personas

que habitan en zonas de alto riesgo, el aporte que las entidades empresariales brindan a este tipo de problemas son de mucha significancia no solo por donaciones de dinero u objetos, sino que también por medio brindar el servicio de forma gratuita a los ciudadanos afectados.

Descripción

La estrategia de brindar servicio a respuesta de inundaciones es primordial para la ciudadanía, esta forma de contribuir positivamente requiere de la capacitación de los conductores en primero auxilios y rutas que otorguen mayor seguridad, equipar los vehículos con portafolios de emergencia y mantener la comunicación con los servicios de emergencia, esta estrategia como se ha mencionado anteriormente se extiende a ofrecer transporte gratuito hacia centros de evacuación, colaborar con el transporte de suministros, de esta forma se contribuye a los esfuerzos de recuperación y restauración de la comunidad afectada.

4.6. Plan de acción.

Tabla 21: *Plan de acción*

Objetivo	
<p>Aumentar las utilidades por medio de los turistas y empresas.</p>	<p>Estrategia: Integración y alianzas con empresas locales y agencias turísticas.</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de servicio personalizado • Establecer acuerdos formales • Promoción <p>Tiempo: Seis meses a un año</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consultoría profesional • Plataformas de marketing <p>Meta: Aumentar los recursos en un 15 %</p>
<p>Aumentar las opciones de servicio</p>	<p>Estrategia: Diversificación de servicios (entregas a domicilio)</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adaptación tecnológica • Marketing • Optimización de operaciones <p>Tiempo: Seis meses a un año</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnológicos • Humanos • Financieros <p>Meta: Aumentar los recursos en un 5 %</p>

Otorgar un mejor servicio brindando más opciones de pago a los clientes

Estrategia:

Implementación del sistema de pago rápido y seguro PayPal

Actividades:

- **Integración y configuración de sistema**
- **Capacitación**
- **Promoción**

Tiempo:

Cuatro a nueve meses

Recursos:

- **Humanos**
- **Tecnológicos**
- **Financieros**

Meta:

Dar mejores opciones de pago, para incrementar la clientela

Reducir los índice de contaminación y fomentar el ahorro de recursos

Estrategia:

Implementación de la aplicación Fedo Taxi

Actividades:

- **Desarrollo e implementación**
- **Capacitación**
- **Marketing**

Tiempo:

Ocho meses a catorce meses

Recursos:

- **Tecnológicos**
- **Humanos**
- **Financieros**

Meta:

Bajar el índice de contaminación y ahorrar recursos

<p>Facilitar transporte en horas de la noche a estudiantes y trabajadores a menor costo</p>	<p>Estrategia: Establecer sistema de taxis ruta</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planeación de rutas • Organización de recursos y logística • Promoción y educación a la ciudadanía <p>Tiempo: Nueve a dieciocho meses</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnológicos • Humanos • Financieros <p>Meta: Brindar apoyo a la comunidad e incrementar en un 15% las utilidades</p>
<p>Servir a la ciudadanía en momentos de emergencia por temporada de invierno</p>	<p>Estrategia: Servicio de respuesta a inundaciones</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planeación y preparación • Monitoreo • Respuesta <p>Tiempo: De uno a tres meses</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Humanos • Comunicación <p>Meta: Proteger a los afectados</p>

CONCLUSIÓN

Este trabajo de titulación exploro y analizo de forma exhaustiva los sistemas administrativos de la planeación estratégica en conjunto con la responsabilidad social empresarial (RSE) en la cooperativa de taxi Terminal Marítimo N°43, el estudio demuestra la importancia de ambos para una óptima gestión, organización y actividades cotidianas, la cooperativa ha definido sus objetivos institucionales, además del desarrollo de planes de acción que determinan las cuestiones que influyen dentro y fuera de ella, esto es posible por medio de un proceso sistemático de la planeación estratégica, este sistema ha otorgado la posibilidad de identificar la fortalezas, las debilidades de manera interna y las oportunidades y amenazas de manera externa, por medio de la RSE se establecen los puntos de mayor y de menor compromiso con sus stakeholders.

- **En la medición de la planeación estratégica** en la cooperativa resulta que se gestiona de forma integral y los resultados arrojados por la encuesta aplicada al personal administrativo avala esta buena gestión, pues estos demuestran lo importante de este sistema en la cooperativa, los incentivos y beneficios competitivos, acompañado con la actualización en los sistemas de informática, indican un compromiso con la obtención de excelencia operativa y la satisfacción de los colaboradores, cabe mencionar que el poseer un 95% de unidades de taxis que utilizan gasolina como combustible, representa una eficiencia operativa y administración de recurso más efectiva. En la evaluación externa la cooperativa obtuvo una puntuación total ponderada de 2.14, lo que representa que se puede hacer mejores gestiones para la capitalización de las oportunidades y conllevar de mejor manera las amenazas,

internamente la puntuación total ponderada es de 2.77, esto demuestra la posición solididad de la institución, con un mayor número de fortalezas sobre las amenazas y control en las debilidades.

- **En la medición de la responsabilidad social empresarial (RSE)** en la cooperativa se destaca en el apartado social, sobre todo en el compromiso integro que tiene con la comunidad, la cooperativa ha podido integrar las necesidades y expectativas de diversos grupos de interés, en las cuales se encuentra las entidades gubernamentales, personal interno, medio ambiente y sobre todo la comunidad a su alrededor, esta gestión responsable permite el bienestar continuo y mutuo y refuerza la reputación de la cooperativa. El estudio realizado por medio de la encuesta CERES ETHOS se confirma que la cooperativa tiene buenas prácticas y conocimiento en la responsabilidad social empresarial y está comprometida con una gestión socialmente responsable, este resultado se estableció por la puntuación general (1.29) en las dimensiones estudiadas en la encuesta.
- **Las estrategias establecidas** permitirán a la cooperativa una mayor integración y dominio del entorno en cual se encuentra, las estrategias abarcan todo el contexto de factores interno y externos que perjudican o ayudan de mayor forma, estas propuestas empresariales fundamentadas por estudio interno y externo también determino que la cooperativa tiene margen de mejora en el aprovechamiento de las oportunidades, en la mejora de las fortalezas, en la defensa de las amenazas y en la reducción de las debilidades, según las puntuaciones ponderadas.

En pocas palabras, la cooperativa de taxis Terminal Marítimo N°43 ha presentado un desempeño favorable en la integración de la planeación estratégica y la responsabilidad social empresarial (RSE). Sin embargo, cabe mencionar que para conseguir y asegurar un crecimiento sostenible es importante que siga siendo flexible frente a los cambios del entorno y mejorando continuamente sus prácticas empresariales.

RECOMENDACIONES

- **Fortalecimiento de la RSE:** Es fundamental que la cooperativa fortalezca sus prácticas de RSE, con una inclinación hacia la sostenibilidad en favor del medio ambiente, se recomienda implementar programas que buscan mermar el impacto climático, como iniciativas de reducción de emisiones de CO₂ y programas de reciclaje.
- **Diversificación de servicios:** La competencia de aplicaciones de transporte compartido representa una gran amenaza, por tal motivo se recomienda a la cooperativa diversificar sus servicios, la incorporación de mejores tecnologías como aplicaciones móviles para la gestión de reserva y pagos mejorar la experiencia del cliente, lo que conlleva no solo a la captación de mayor clientela sino, que también a la retención y fidelización.
- **Adaptación a cambios económicos:** Se recomienda crear periodos de contingencia para la defensa de periodos de mayor inestabilidad económica y la diversificación de nuevas oportunidades de negocio, es importante que internamente también realicen análisis económicos periódicos para mayor preparación a los cambios del entorno.

- **Monitoreo y evaluación continua:** establecer sistemas para monitorear y establecer la continua evaluación, permitirá a la cooperativa estar más presente en las gestiones internas, se recomienda hacer uso de la herramienta CERES ETHOS para medir el avance en tiempo real sobre la evolución de la RSE.

BIBLIOGRAFÍA

- Archie Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral. *Business Horizons*, 48. doi:10.1016/0007-6813
- Archie Carroll, B. (2003). Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 268-295. doi:10.1177/000765039903800303
- Armijo, M. (2011). Planeacion estrategica e indicadores de desempeño en le sector publico. *serie manuales*. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/5509/S2011156_es.pdf
- Barba, G. V. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Universidad Andina Simón Bolívar, Área de Gestión*. Quito: Creative Commons 4.0 internacional. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7172/1/T3091-MAE-Vidal-Propuesta.pdf>
- Ceres Ethos, . V. (2012). Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial. *Instituto Ethos*(12), 15-78. Obtenido de <https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/Indicadores-Ethos-Vers%C3%A3o-espanhol.pdf>
- Condori-Ojeda, P. (2020). *Universo, población y muestra*. Creative Commons. Obtenido de <https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>
- Cruz, Olivares & Gonzales. (2014). *Procesos y Fundamentos de la* (primera ed.). (UTMACH, Ed.) Machala, EL Oro, Ecuador: Grupo Editorial Patria. doi:48000/14232
- Curicama Elisa, y. (2021). *“LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ENFOCADO EN LA PLANIFICACIÓN*. Tesis de maestria, UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA, DIRECCIÓN DE POSGRADO, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/2452/1/TRABAJO%20378%2c%20MAOESS%205%2c%20Curicama%20Yuquilema%20Elisa%20Rocio.pdf>

- Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility Is Defined: An Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1-13.
- Del Pilar Laura, R. C. (2021). “*PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN*. Tesis de licenciatura, Universidad Alas peruanas, FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN, Huancavelica. doi:20.500.12990/10132
- Ese, S. T. (2023). *Plan estratégico de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES*. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/1814/Plan%20estrat%C3%A9gico%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20para%20las%20PYMES%20del%20sector%20manufacturero%20de%20Guayaquil.pdf?sequence=1>
- Flores, J. C. (03 de enero de 2022). La planificación estratégica y su influencia en la competitividad en el Centro. *Economía & Negocios*, pág. 26. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LaPlanificacionEstrategicaYSuInfluenciaEnLaCompeti-8617503.pdf>
- Guzmán, M. Y. (2021). *Plan Estratégico para la empresa Casa Latina*. Ciencias Administrativas, Cuenca. Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/11171/1/16709.pdf>
- Hernandez, A., Da Fonseca, J., Medina, A., & Nogueira. (2014). *Relevance of*. universidad alas peruanas, Huancavelica. doi:20.500.12990/10132
- Jesenia Cualchi, C. N. (2022). *ANÁLISIS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL FRENTE A LA*. tesis licenciatura, Universidad Técnica del Norte, FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS, Ibarra. doi:123456789/12090
- Merinero, Estudillo & Pascual. (2012). Metodología básica. (Junta de Andalucía, & Consejería de Gobernación y Justicia, Edits.) *revista voces*, 61. Obtenido de http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/libro_gobernacion_planificacion_estrategica_2_diciembre_2010.pdf
- Mertens. (2015). *La investigación científica* (primera ed.). Guayaquil, Guayas, Ecuador. doi:37000/4310
- Moscoso Zamora, V. H. (2022). *Influencia de la planificación estratégica en la gestión de políticas*. Tesis doctoral, UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES, Tumbes. doi:20.500.12874/2601
- Ramirez y sanchez, A. C. (2019). *DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA*. Tesis universitaria, UNIVERSIDAD RICARDO PALMA, Facultad de ingeniería, Lima. doi:20.500.14138/2618
- Rengifo Carolay, S. U. (2022). “*PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LA TOMA DE DECISIONES*. Tesis de licenciatura, UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI,

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES, Pucallpa. Obtenido de http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/5774/B9_2022_UNU_ADMINISTRACION_T_2022_SHARON_URQUIA_V1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio. (2014). *Metodología de la investigación*. España: McGraw Hill España. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>

Rocio, C. Y. (2021). “*LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ENFOCADO EN LA PLANIFICACIÓN*”. UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uti.edu.ec/bitstream/123456789/2452/1/TRABAJO%20378%2c%20MAOESS%205%2c%20Curicama%20Yuquilema%20Elisa%20Rocio.pdf>

Sánchez, S. F. (2020). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y. Formato para Tesis, 97*. Lima, Peru. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29292/Moreno%20Sanchez%2c%20Sabrina%20Flor%20Alejandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vidal Gabriela, G. V. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la*. Universidad Andina Simón Bolívar, Área de Gestión. Quito: Creative Commons 4.0 Internacional. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7172/1/T3091-MAE-Vidal-Propuesta.pdf>

ANEXOS

Indicadores Ceres ethos.

Anexos 1. Valores, transparencia y gobierno corporativo

VALORES, TRANSPARENCIA Y GOBIERNO CORPORATIVO			
DIMENSIONES	PUNTAJE	ITEMS	PUNTUACIÓN TOTAL
1. COMPROMISOS ÉTICOS	32	18	1,78
2. ARRAIGO A LA CULTURA ORGANIZATIVA	5	4	1,25
3. GOBIERNO CORPORATIVO	7	4	1,75
4. RELACIONES CON LA COMPETENCIA	12	4	3,00
5. DIÁLOGO E INVOLUCRAMIENTO DE LOS GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)	6	4	1,50
6. BALANCE SOCIAL/MEMORIA DE	8	6	1,33
SUBTOTAL	70	40	1,75

Anexos 2. Público interno

PÚBLICO INTERNO			
DIMENSIONES	PUNTAJE	ITEMS	PUNTUACIÓN
7. RELACIONES CON SINDICATOS Y OTRAS	5	4	1,25
8. GESTIÓN PARTICIPATIVA	8	5	1,60
9. COMPROMISO CON EL FUTURO DE LOS NIÑOS	5	4	1,25
10. COMPROMISO CON EL DESARROLLO	11	12	0,92
11. VALORACIÓN DE LA DIVERSIDAD	4	5	0,80
12. COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN	5	4	1,25
13. COMPROMISO CON LA PROMOCIÓN DE LA	1	5	0,20
14. RELACIONES CON TRABAJADORES			
15. POLÍTICA DE REMUNERACIÓN,	7	8	0,88
16. CUIDADOS DE SALUD, SEGURIDAD Y	14	18	0,78
17. COMPROMISO CON EL DESARROLLO	6	6	1,00
18. CONDUCTA FRENTE A DESPIDOS	3	4	0,75
19. PREPARACIÓN FRENTE A JUBILACIÓN	3	2	1,50
SUBTOTAL	72	77	0,94

Anexos 3. Medio ambiente

MEDIO AMBIENTE			
DIMENSIONES	PUNTAJE	ITEMS	PUNTUACIÓN
20. COMPROMISO CON LA MEJORA DE LA	15	10	1,50
21. EDUCACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN	18	8	2,25
22. GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO EN EL	27	17	1,59
23. SUSTENTABILIDAD DE LA ECONOMIA	3	2	1,50
24. MINIMIZACIÓN DE ENTRADAS Y SALIDAS DE	10	11	0,91
SUBTOTAL	73	48	1,52

Anexos 4. Proveedores

PROVEEDORES			
DIMENSIONES	PUNTAJE	ITEMS	PUNTUACIÓN
25. CRITERIOS DE SELECCIÓN Y EVALUACIÓN	11	10	1,10
26. TRABAJO INFANTIL EN LA CADENA	2	1	2,00
27. TRABAJO FORZADO EN LA CADENA	2	1	2,00
28. APOYO AL DESARROLLO DE PROVEEDORES	10	3	3,33
SUBTOTAL	25	15	1,67

Anexos 5. Consumidores y clientes

CONSUMIDORES Y CLIENTES			
DIMENSIONES	PUNTAJE	ITEMS	PUNTUACIÓN
29. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN COMERCIAL	8	6	1,33
30. EXCELENCIA DE LA ATENCIÓN	8	8	1,00
31. CONOCIMIENTO Y GERENCIAMIENTO DE LOS DAÑOS POTENCIALES DE LOS PRODUCTOS	8	8	1,00
SUBTOTAL	24	22	1,09

Anexos 6. Comunidad

COMUNIDAD			
DIMENSIONES	PUNTAJE	ITEMS	PUNTUACIÓN
32. GERENCIAMIENTO DEL IMPACTO DE LA	13	9	1,44
33. RELACIONES CON ORGANIZACIONES	11	7	1,57
34. FINANCIAMIENTO DE LA ACCIÓN SOCIAL	12	9	1,33
35. INVOLUCRAMIENTO CON LA ACCIÓN SOCIAL	18	15	1,20
SUBTOTAL	54	40	1,35

Anexos 7. Gobierno y sociedad

GOBIERNO Y SOCIEDAD			
GOBIERNO Y SOCIEDAD	PUNTAJE	ITEMS	PUNTUACIÓN
36. CONTRIBUCIONES PARA CAMPAÑAS	2	4	0,50
37.CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDADANÍA POR LAS EMPRESAS	8	7	1,14
38.PRÁCTICAS ANTICORRUPCIÓN Y	4	4	1,00
39. LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL	3	2	1,50
40. PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS SOCIALES	5	4	1,25
SUBTOTAL	22	21	1,05
	340,00	263	1,29

