

RESUMEN

Las organizaciones en todo el mundo se encuentran en proceso de cambio y en la implementación de herramientas y técnicas administrativas que le permitan afrontar un entorno cambiante y lleno de incertidumbre. Los temas estratégicos en los cuales la empresa busca fortalecerse incluyen la planeación estratégica, como respuesta a las expectativas y necesidades de los clientes y la calidad buscada por la misma.

El presente documento plasma un plan estratégico para la empresa de Transporte “EXPRESO SAN ROQUE A.S.”, el cual propone establecer alternativas de solución a los problemas actuales que aquejan a la organización. El proceso que se sigue para el diseño del plan muestra en su contenido tres fases por las que debe atravesar toda la planeación. Hablamos de las fases Filosófica, Analítica y Operativa.

La *Fase Filosófica* engloba los fundamentos en los que se basará la planeación, además de presentar un marco conceptual que sirve de apoyo para la información de una base teórica que refuerce el conocimiento de lo que se quiere hacer.

La *fase Analítica* se restringe a un estudio de mercado efectuado en la zona terminal de buses de la ciudad de Tarija. El estudio de mercado muestra la condición favorable de un mercado aprovechable y apto para las pretensiones de la empresa; el análisis de los entornos, el interno de la empresa y el particular muestran un mercado con dirección empírica, ofertando servicios que están en la etapa de madurez, además, permitió tener un discernimiento claro de las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades de la organización en su actual entorno.

En función al análisis de la anterior fase y las conclusiones principales abordadas, se propone en la *Fase Operativa* el plan estratégico, el cual pretende solucionar los problemas y servir de guía a la empresa en los seis años; lo muestra el contenido de una nueva visión, misión, principios, valores y políticas de la organización, la cual está encaminada a lograr un claro crecimiento y diferenciación ocupando en el mercado un puesto privilegiado. Esto se refleja tanto en sus objetivos general, estratégicos, específicos como también en sus estrategias, elementos que buscan solucionar la gran demanda de nuevos servicios y mejora de los ofertados.