

RESUMEN

La presente Planificación Estratégica constituye una herramienta fundamental para la toma de decisiones para la Compañía de Transporte Pantoja Guzmán ELOHIM S.A.

En el primer capítulo se describen las principales características de la empresa: su historia, ubicación geográfica, sus clientes y proveedores, su flota vehicular, su estructura organizacional, entre otras; las cuales brindan al lector una idea general de la empresa y sus componentes.

En el segundo capítulo se realiza un diagnóstico estratégico de la empresa a través de un análisis situacional tanto externo como interno, el cual se consolida en matrices que resumen sus oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades más relevantes.

En el tercer capítulo se realiza un direccionamiento estratégico para la compañía, se define su filosofía corporativa, formulando su visión, misión, objetivos y estrategias; aspectos que sirven de guía para la empresa, en su afán por lograr mejores resultados en el corto, mediano y largo plazo.

En el cuarto capítulo se establecen los indicadores de gestión de desempeño que se utilizan para medir la consecución de los objetivos planteados; así como las iniciativas estratégicas que la empresa ejecutará con el fin de alcanzar la consecución de sus objetivos.

En el quinto capítulo se evidencia la Implementación de la Planificación Estratégica de la compañía a través de la herramienta Balanced Scorecard; la cual servirá para la medición del cumplimiento de los objetivos, basados en la estrategia.

PALABRAS CLAVE

- Diagnóstico Estratégico
- Direccionamiento Estratégico
- Filosofía Corporativa
- Indicadores de Gestión
- Balanced Scorecard

ABSTRACT

This Strategic Planning is an essential tool for decision-making for ELOHIM Pantoja Guzman Transport Company.

The first chapter describes the main features of the company: its history, geography, customers and suppliers, its vehicle fleet, its organizational structure, and others; which provide to the reader an overview of the company and its components.

In the second chapter a strategic analysis of the Company is conducted through a situational analysis both external and internal, which is consolidated in a matrix that summarize their opportunities, threats, strengths and weaknesses more relevants.

In the third chapter, a strategic direction for the company takes its corporate philosophy is defined by formulating its vision, mission, objectives and strategies; aspects that guide to the Company to achieve better results in the short, medium and long terms.

The key performance indicators used to measure the achievement of the objectives are defined in the fourth chapter; and strategic initiatives that the company will execute in order to achieve the attainment of its objectives.

In the fifth chapter the Implementation of the Strategic Planning of the company is evidenced through the Balanced Scorecard tool; which will serve to measure the achievement of objectives, based on the strategy.

KEYWORDS

- Strategic Diagnostic
- Strategic Direction
- Corporate Philosophy
- Key performance indicators
- Balanced Scorecard