

# INDICE DE CONTENIDOS

## CAPÍTULO I

### ASPECTOS GENERALES

1.1 Antecedentes	1
1.1.1 La Empresa	2
1.1.1.1 Reseña Histórica	2
1.1.1.2 Base Legal	3
1.1.1.3 Escritura de Constitución	5
1.1.2 Misión	6
1.1.3 Visión	7
1.1.4 Objetivos Organizacionales	7
1.1.4.1 Objetivo General	7
1.1.4.2 Objetivos Específicos	8
1.1.5 Principios y Valores	8
1.1.6 Organigramas	10
1.1.6.1 Organigrama Estructural	10
1.1.6.2 Organigrama de Personal	11
1.1.7 Funciones de cada Área	12
1.1.7.1 Junta General de Accionistas	12
1.1.7.2 Presidente Ejecutivo	13
1.1.7.3 Directorio	14
1.1.7.4 Comisarios	16
1.1.7.5 Comisiones	16
1.1.7.6 Gerente General	16
1.1.7.7 Secretaria	18

1.1.7.8 Gerente Financiero	19
1.1.7.9 Gerente de Operaciones	20

## **CAPITULO II**

### **ANÁLISIS SITUACIONAL**

2.1 Análisis Interno	22
2.1.1 Clientes	22
2.1.1.1 Clientes con Contrato Fijo	23
2.1.1.2 Clientes Eventuales	26
2.1.2 Competencia	26
2.1.3 Mix de Marketing	27
2.1.3.1 Producto – Servicio	28
2.1.3.2 Precio	28
2.1.3.3 Distribución - Venta	30
2.1.3.4 Promoción - Comunicación	30
2.2 Análisis Externo	31
2.2.1 Factor Económico	31
2.2.1.1 Inflación	31
2.2.1.2 Tasas de Interés	33
2.2.1.2.1 Tasa de Interés Activa	33
2.2.1.2.2 Tasa de Interés Pasiva	34
2.2.1.3 Producto Interno Bruto	35
2.2.2 Factor Político Legal	37
2.2.2.1 Ley de Tránsito y Transporte Terrestre	37
2.2.2.2 Ley de Compañías	42

2.2.2.3 Ley de Equidad Tributaria	42
2.2.3 Factor Tecnológico	42
2.2.5.1 Importaciones de Vehículos	43
2.2.5.2 Repuestos y Herramientas	44

## **CAPITULO III**

### **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

3.1 Antecedentes	45
3.2 Metodología de la Obtención de la Información	47
3.2.1 Tipo de Investigación Aplicada	47
3.2.2 Ventajas y Desventajas de la Encuesta	48
3.2.2.1 Ventajas	48
3.2.2.2 Desventajas	49
3.2.3 Definición del Problema	49
3.2.4 Objetivos	49
3.2.4.1 Objetivo General	50
3.2.4.2 Objetivos Específicos	50
3.2.5 Recolección de Datos	50
3.2.5.1 Definición de la Población Meta	51
3.2.6 Determinación del Tamaño de la Muestra	52
3.2.7 Trabajo de Campo	52
3.2.8 Metodología de Análisis de Datos	53
3.2.9 Procedimiento de Análisis de Datos	53
3.2.10 Diseño de la Encuesta	53
3.2.11 Análisis de Resultados	55

3.2.12 Síntesis de Resultados de las Encuestas e Interrelación con el Objetivo Planteado	66
3.2.12.1 Objetivo General	66
3.2.12.2 Objetivos Específicos	66
3.2.13 Matriz FODA	69

## **CAPITULO IV**

### **COMUNICACIÓN INTERNA E IMAGEN CORPORATIVA**

4.1 Comunicación Interna	70
4.1.1 Objetivos de la Comunicación Interna	70
4.1.2 Tipos de Comunicación Interna	71
4.1.2.1 La Comunicación Descendente	71
4.1.2.2 La Comunicación Ascendente	72
4.1.3 Desarrollo de la Comunicación Interna	72
4.1.4 Proceso de la Comunicación	73
4.2 Propuesta Plan de Comunicación Interna para COTRAPECSA S.A.	74
4.2.1 Objetivos	74
4.2.2 Estrategias	75
4.2.2.1 Manual del Empleado	75
4.2.2.2 Papelería Corporativa	78
4.2.2.3 Anuario Institucional	79
4.2.2.4 Paseos de Integración	81
4.2.2.5 Estudio de la Actitud del Empleado	82
4.2.2.6 Comunicación Electrónica	83
4.2.2.7 Sistema de Sugerencias	84

4.3 Imagen Corporativa	86
4.3.1 Objetivos	87
4.3.2 Funcionamiento de la Imagen Corporativa	87
4.4 Propuesta para la Creación de de la Imagen Corporativa de COTRAPECSA S.A.	88
4.4.1 Definición del Problema	89
4.4.2 Objetivo General	90
4.4.3 Objetivos Específicos	90
4.4.4 Estrategias	91
4.4.4.1 Creación Página Web	91
4.4.4.2 Dotación de Uniformes a los Choferes	91
4.4.4.3 Tarjetas de Identificación	92

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1 Conclusiones	94
5.2 Recomendaciones	95

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla No. 1:</b> Tarifario de Precios para el Servicio de Transporte Pesado	29
<b>Tabla No. 2:</b> Tabla de Sanciones Bajo el Sistema de Puntos	41

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico No. 1:</b> Inflación Anual Período 2007 -2008	32
<b>Gráfico No. 2:</b> Tasa Activa Período Enero 2008 – Octubre 2008	34
<b>Gráfico No. 3:</b> Tasa Pasiva Período Enero 2008 – Octubre 2008	35
<b>Gráfico No. 4:</b> PIB Sector de Transporte y Almacenamiento	36
<b>Gráfico No. 5:</b> Cualidades del Servicio de COTRAPECSA S.A.	55
<b>Gráfico No. 6:</b> Cualidades Preferenciales en el Servicio de COTRAPECSA S.A.	58
<b>Gráfico No. 7:</b> Entrega de Mercadería Averiada	60
<b>Gráfico No. 8:</b> Entrega Tardía de la Mercadería	61
<b>Gráfico No. 9:</b> Agilidad en el Servicio	62
<b>Gráfico No. 10:</b> Contratación de Servicios Adicionales	63
<b>Gráfico No. 11:</b> Medios de Promoción del Servicio	64
<b>Gráfico No. 12:</b> Recepción de Información sobre el Servicio	65

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro No. 1:</b> Detalle de Costos para la Elaboración del Manual del Empleado	77
<b>Cuadro No. 2:</b> Detalle de Costos para la Elaboración de Papelería Corporativa	79

<b>Cuadro No. 3:</b> Detalle de Costos para la Elaboración del Anuario Institucional	80
<b>Cuadro No. 4:</b> Detalle de Costos para la Elaboración del Anuario Institucional	81
<b>Cuadro No. 5:</b> Detalle de Costos para la Investigación de la Actitud del Empleado	83
<b>Cuadro No. 6:</b> Presupuesto para la Aplicación del Plan de Comunicación Interna para COTRAPECSA S.A.	86
<b>Cuadro No. 7:</b> Presupuesto para la Aplicación de la Propuesta para la Creación de Imagen Corporativa para COTRAPECSA S.A.	93

