

RESUMEN

El presente trabajo en respuesta a la necesidad emergente de toda organización moderna, y denotando que Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública; constituida hoy por hoy para el Gobierno como una de las prioridades del país en el sector turístico, y que se halla en pleno crecimiento. Debe encontrarse a la vanguardia para ello en el presente trabajo se ha realizado el diseño de un plan estratégico para la Gerencia de Comercialización; uno de los procesos centrales de la empresa ya que tiene la responsabilidad de poner en las manos de los ciudadanos al acceso al servicio por medio del diseño y comercialización de los distintos productos. El trabajo contempla tres capítulos en los que abarca: Marco Teórico, en donde se abordará el panorama de la Gerencia de Comercialización de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública; indicando el estado del arte, y las preguntas que se pretende responder con la investigación. Metodología de la Investigación, constituye el trabajo de campo en donde se obtuvo las conclusiones y respuestas a las preguntas planteadas. Empírico- Propuesta, constituye el plan estratégico propiamente dicho en donde se realizó el Diagnóstico estratégico, mapa de procesos, axiología, declaración de misión, visión, objetivos, estrategias, mapa estratégico y los planes de acción.

PALABRAS CLAVES:

- **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**
- **GESTIÓN**
- **COMERCIALIZACIÓN**
- **ANÁLISIS ESTRATÉGICO**
- **ESTRATEGIA**

ABSTRACT

The main proposal of this document is to present a strategic plan to the Commercialization Management area of Ecuadorian Railways Company. It is aligned to the National Development Plan 2014 – 2017. It is based on identifying the weakness of this department in planning their management strategy, and from that point creates actions that could exploit opportunities and maximize strengths, considering that this management is one of the core processes of the organization management and its directory. The methodology of this project responds to the qualitative paradigm, given that what is intended is to describe the situation regarding the planning, implementation, monitoring and control of the department. In the research was made a sample to 20 employees that was management trough (17) surveys and (3) interviews was applied to managers; responded positively to the questions that was made for this investigation as to the need of a strategic planning. The results were very useful, because from them it was possible to establish a proposal for changes in the organizational culture of management, proper communication, greater involvement and empowerment of employees in the area. It is considered that the material presented in these pages will support in business management, stakeholders. These concepts are related to philosophy of modern business and social responsibility criteria.

KEYWORDS:

- **STRATEGIC PLANNING**
- **MANAGEMENT**
- **MARKETING**
- **STRATEGIC ANALYSIS**
- **STRATEGIC**