

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**“FORMULACIÓN DEL PLAN ESTRATEGICO PARA EL
DESARROLLO DE LA ASOCIACION DE PYMES PRODUCTORAS
DE CERAMICA EN LA PROVINCIA DE CHULUCANAS - PIURA
2009”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

ASESORA:

MBA ING BLANCA ALVAREZ LUJAN

AUTORA:

IRAIDA NOHELY REYES VILLARREAL

PIURA – PERÚ

2009

Dedicatoria

A Dios por darme inteligencia y sabiduría para llegar hasta el final de mi carrera

A mis padres por brindarme el apoyo necesario, en especial a mi mama por su constante sacrificio en hacerme una persona de bien.

Agradecimiento

A mis asesores por darme las pautas necesarias para la investigación.

La autora

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de elaboración y sustentación de Tesis de la Facultad de Administración, de la Universidad "Cesar Vallejo", para elaborar la tesis de licenciado en administración presento el trabajo de investigación descriptiva denominado: "Formulación del plan estratégico para el desarrollo de la asociación de pymes productoras de cerámica en la provincia de Chulucanas –Piura 2009"

En el trabajo mencionado se describe a través del modelo de Planeamiento Estratégico de Fred David y herramientas específicas para realizar los diagnósticos internos y externos de las pymes de cerámica, asimismo, se han elaborado una serie de matrices que dieron como resultado final la estrategia competitiva que llevó a diseñar planes de acción que harán posible el desarrollo de las pymes en la provincia de Chulucanas.

Señores miembros del jurado presento esta investigación con el fin de que sea evaluada y esperando merezca su aprobación.

Atentamente.

La autora

ÍNDICE

Dedicatoria

Agradecimiento

Presentación

Índice

Resumen

Introducción

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. El problema.....	2
1.2. Formulación del problema.....	2
1.3. Justificación.....	2
1.4. Limitaciones.....	5
1.5. Antecedentes.....	5
1.6. Objetivos.....	7
1.6.1. Objetivo general	
1.6.2. Objetivo específico	

II. MARCO REFERENCIAL CIENTIFICO

2.1 Marco conceptual.....	9
2.2 Marco teórico.....	15

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Hipótesis.....	30
3.1.1. Hipótesis general.....	30
3.1.2. Hipótesis específicas.....	30
3.2. Variables.....	30
3.2.1. Definición conceptual.....	30
3.2.2. Definición operacional.....	30

3.3. Metodología.....	30
3.3.1. Tipo de investigación.....	30
3.3.2. Diseño de investigación.....	31
3.4. Población y Muestra.....	31
3.5. Método de investigación.....	31
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
3.7. Análisis de datos.....	32
IV. PRESENTACION DE RESULTADOS	
4.1. Auditoría externa.....	34
4.2. Auditoría interna.....	41
4.3. Plan estratégico de la asociación de ceramistas vicus de la provincia de Chulucanas- Piura.....	44
4.4. Programas de acción generales.....	54
V. CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	
5.1. Conclusiones.....	59
5.2. Recomendaciones.....	60
VI. BIBLIOGRAFIA.....	61
VII. ANEXOS.....	64

RESUMEN

La presente tesis pretende dar a conocer a las pymes de cerámica de la provincia de Chulucanas que el producto y el sector son muy atractivos y con una buena organización se puede tener ventajas para su negocio; se pretende incentivar por medio de este plan a que se genere el desarrollo de las empresas de la asociación.

La característica principal de este negocio es la fabricación y comercialización de la cerámica, la exportación se hace mediante empresas trader.

Actualmente existe el Centro de Innovación Tecnológica (CITE) de cerámicas de Chulucanas, el cual fue fundado el 1º de Febrero del 2002 y cuya labor es la investigación, capacitación, promoción y optimización de materiales y procedimientos, buscando de esta manera impulsar la exportación de las cerámicas, elevando su calidad a los exigentes estándares internacionales.

Sin embargo, aún se observa que muchos de los productos no están estandarizados y por ende se encuentran subvalorados en el mercado.

Esto se debe en gran parte a que existe bajo nivel de tecnología y una gran informalidad empresarial en la mayoría de artesanos. Una de las problemáticas existentes frente al mercado externo, refiere que los talleres no exportan directamente, sino que esta actividad se desarrolla por empresas que compran la cerámica a los artesanos (compañías trader).

Ante este escenario se ha observado la gran oportunidad de llevar a cabo esta investigación con la finalidad de proporcionar a las pymes de cerámica en Chulucanas un plan estratégico que les permitan diseñar estrategias y por ende planes de acción para que se promueva su desarrollo para sacar provecho de las ventajas que esto les origina. Cabe resaltar que existe apoyo político y de otras instituciones para la exportación de este producto bandera.