



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE CONTROL PARA LA MEJOR
GESTION DE LA EMPRESA DE “PATRICIA ANGELICA CORDOVA ROMERO”
COMO PERSONA NATURAL CON NEGOCIO**

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

AUTOR:

JOSE EDMUNDO ROMERO CORDOVA

ASESOR:

MG. MARIO DIAZ LÓPEZ

LINEA DE INVESTIGACION: GESTIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

PIURA-PERU

2012

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

De acuerdo con el CAPÍTULO II del ARTÍCULO 15° del reglamento de Grados y Títulos de la universidad César Vallejo – Piura y de la escuela profesional de Administración, de optar el grado de Licenciado en Administración.

Sometemos a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE CONTROL PARA LA MEJOR GESTIÓN DE LA EMPRESA DE PATRICIA ANGELICA CORDOVA ROMERO COMO PERSONA NATURAL CON NEGOCIO.

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradecemos anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que brinden al presente trabajo de investigación.

MG. MARIO DIAZ LOPEZ

SECRETARIO

MG. JUAN PABLO LEON LERGGIOS

VOCAL

MG. LUIS SANCHEZ PACHECO

PRESIDENTE

Dedicatoria

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi Abuela

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

A mis padres

Por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo mantenido a través del tiempo.

Agradecimiento

A mis maestros.

Mg. Luis Sánchez Pacheco por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis; al Mg. Mario Díaz por su apoyo ofrecido en este y a su gran sentido del humor que siempre hizo que nos sintiéramos capaces de hacer mucho por nosotros mismos.

A mis amigos.

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos siendo amigos.

Finalmente a los maestros

Aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis

INDICE

PRESENTACION	iii
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
INDICE	vii
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiv
1. INTRODUCCION	1
1.1. PROBLEMA DE SOLUCION	2
1.1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	2
1.1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA	4
1.1.3. JUSTIFICACION	5
1.1.4. ANTECEDENTES	6
1.1.5. OBJETIVOS	8
1.1.5.1. GENERAL	8
1.1.5.2. ESPECIFICOS	8
1.2. MARCO REFERENCIAL	9
1.2.1. MARCO TEORICO	9
1.2.1.1. LA FUNCIÓN DE CONTROL	9
1.2.1.2. DINÁMICA DE LA GESTIÓN	11
1.2.1.3. INSTRUMENTOS DE CONTROL	12
1.2.1.4. EL CONTROL DE GESTIÓN	13
1.2.1.5. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	14
1.2.1.6. LA NATURALEZA DE LOS SISTEMAS DE CONTROL DE GESTIÓN	17
1.2.1.7. CONTROL	19
1.2.1.8. ELEMENTOS DE UN SISTEMA DE CONTROL	19
1.2.1.9. ILUSTRACIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL PROCESO DE CONTROL	20

1.2.1.10.	ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS	21
1.2.1.11.	CONTRIBUIR A LA COMUNIDAD (SATISFACCIÓN PERSONAL)	22
1.2.1.12.	LAS MUCHAS VARIEDADES DE DESARROLLO EMPRENDEDOR.	23
1.2.1.13.	LOS EMPRESARIOS FUNDADORES EN COMPARACIÓN CON OTROS PROPIETARIOS Y EMPRESARIOS DE NEGOCIOS FRANQUICIADOS	23
1.2.1.14.	INICIATIVAS DE ALTO POTENCIAL EN COMPARACIÓN DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS Y MICROEMPRESAS ATRACTIVAS.	24
1.2.1.15.	EQUIPOS EMPRENDEDORES	24
1.2.1.16.	EMPRENDEDORES ARTESANOS EN COMPARACIÓN CON EMPRENDEDORES DE OPORTUNIDAD	25
1.2.1.17.	¿POR QUÉ BENEFICIA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA SISTEMÁTICA?	26
1.2.1.18.	ES ESENCIAL PARA CUMPLIR CON LAS RESPONSABILIDADES DE LA ALTA DIRECCIÓN	27
1.2.1.19.	LA DEFINICIÓN DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA FORMAL	27
1.2.1.20.	EL PORVENIR DE LAS DECISIONES ACTUALES	27
1.2.1.21.	EL PROCESO	28
1.2.1.22.	FILOSOFÍA	29
1.2.1.23.	ESTRUCTURA	
1.2.1.24.	LO QUE NO ES PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	30
1.2.1.25.	MODELO CONCEPTUALES DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	31
1.2.1.26.	MEZCLA DE MARKETING	32

1.2.1.27.	DIAGRAMA DEL MARKETING MIX SEGÚN PHILIP KOTLER	33
1.2.2.	MARCO CONCEPTUAL	35
1.2.2.1.	ADMINISTRACIÓN	35
1.2.2.2.	ÁREA COMERCIAL	35
1.2.2.3.	ÁREA FINANCIERA	35
1.2.2.4.	ÁREAS DE PRODUCCIÓN	35
1.2.2.5.	ÁREA DE RECURSOS HUMANOS	35
1.2.2.6.	COACHING	36
1.2.2.7.	CONTROL	36
1.2.2.8.	CONTROL ADMINISTRATIVO	36
1.2.2.9.	CONTROLES DE ASISTENCIA Y RETRASOS	36
1.2.2.10.	CONTROL DE CALIDAD	37
1.2.2.11.	CONTROL DE COSTOS	37
1.2.2.12.	CONTROL DE DESPERDICIOS	37
1.2.2.13.	CONTROL DE INVENTARIOS	37
1.2.2.14.	CONTROL DE MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN	37
1.2.2.15.	CONTROL DE OPERACIONES PRODUCTIVOS	37
1.2.2.16.	CONTROL DE PRODUCCIÓN	38
1.2.2.17.	CONTROL DE PROPAGANDA	38
1.2.2.18.	CONTROL DE LOS TIEMPOS DE PRODUCCIÓN	38
1.2.2.19.	CONTROL DE VACACIONES	38
1.2.2.20.	CONTROL DE VENTAS	38
1.2.2.21.	DIRECCIÓN DE EMPRESA	39
1.2.2.22.	EMPOWERMENT	39
1.2.2.23.	LIDERAZGO	39
1.2.2.24.	PLANIFICACIÓN	39
1.2.2.25.	SISTEMA	39
2.	MARCO METODOLOGICO	39
2.1.	HIPOTESIS	40
2.2.	VARIABLES	40
2.2.1.	DEFINICION CONCEPTUAL	40
2.2.2.	DEFINICION OPERACIONAL	41
2.3.	METODOLOGIA	41
2.3.1.	TIPOS DE ESTUDIO	41
2.3.2.	DISEÑO	41
2.4.	POBLACION Y MUESTRA	42
2.5.	METODO DE INVESTIGACION	43

2.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	43
2.7. METODOS DE ANALISIS DE DATOS	44
3. RESULTADOS	45
3.1. INFORMACION BASICA DE LA EMPRESA	41
3.2. RESEÑA HISTORICA	47
3.3. PLANEACION ESTRATEGICA DE LA EMPRESA	49
3.3.1. VISIÓN, MISIÓN, VALORES, Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA	50
3.3.2. ORGANIGRAMA	51
3.3.3. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES (MOF)	52
3.3.4. ANÁLISIS FODA SEGÚN DATOS DE LAS ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS REALIZADOS	60
3.3.5. ANALISIS INTERNO	64
3.4. PLAN DE MARKETING PROPUESTO	76
3.4.1. LAS 4P DEL MARKETING	76
3.4.1.1. PRODUCTO	76
3.4.1.2. PRECIO	77
3.4.1.3. PLAZA	81
3.4.1.4. PROMOCION	82
3.5. SISTEMA DE CONTROL ADMINISTRATIVO	89
3.5.1. GESTIÓN INTEGRAL	89

4.	DISCUSIÓN	96
5.	CONCLUSIONES	99
6.	SUGERENCIAS	101
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	104
8.	ANEXOS	108

RESUMEN

Esta tesis, está basada en el análisis de la empresa de “Patricia Angélica Córdova Romero” como persona natural con negocio, en el presente escrito se describen las deficiencias y dificultades que esta empresa tiene para el control y la administración de cada una de sus áreas, tales como: el área administrativa, el área de almacén, el área de ventas, y el área de producción, y puntos clave como son el manejo de caja, el manejo de efectivo, las entradas y salidas de dinero, las entradas y salidas de materia prima, el manejo de procesos de compra, los procesos de producción.

En el siguiente trabajo se ha propuesto implementar un sistema de control dedicado a la gestión de ventas, así como también documentos que se encarguen del manejo de entradas y salidas de productos, documentos que controlen la salida de efectivo, documentos que controlen las ventas diarias, todos estos documentos están incluidos en el presente libro.

Se incluirá el planeamiento estratégico de la empresa, proponiendo:

Misión, visión, objetivos, valores, MOF, FODA, organigrama y más herramientas de un plan estratégico.

En el plan de marketing propuesto se analizará las 4 p's de Philip Kotler donde en la P de producto y Precio se hará el seguimiento de estos, serán costeados, se les otorgará el Precio y los productos tendrán un mejor control de calidad etc.

En la P de promoción, incursionar con mejores letreros, llamativos y claros, la creación del logotipo representativo de la empresa.

En la P de Plaza, innovar con el servicio de marketing debido a una cantidad de personas encuestadas que preferiría este tipo de atención, y esta es una plaza tentativa.

Y finalmente en el sistema de control se, programará un software para el mejoramiento del control de las ventas, y registro diario de la empresa.

ABSTRACT

This thesis is based on the analysis of the company's "Patricia Angelica Cordova Romero " with business as a natural person, in this paper describes the deficiencies and difficulties that this company has to control and manage each of their areas such as: the administrative area, the storage area, the sales area and the production area, and key points such as cash management, cash handling, the cash inflows and outflows, inflows and outflows raw material, handling purchase processes, production processes.

In this work it is proposed to implement a control system dedicated to the management of sales, as well as documents to be responsible for the management of inputs and outputs, documents that control the outflow of cash, documents that control the daily sales, all these documents are included in this book.

It will include the planning of strategic business, suggesting:

Mission, vision, goals, values, MOF, SWOT, organizational tools and a strategic plan.

In the proposed marketing plan will analyze the 4 p `s of Philip Kotler P where the product and price will monitoring these, will be funded, will be awarded the price and products will have better quality control etc..

In the P promotional venture with better signs, bright and clear, the creation of the logo of the company representative.

In the P Square, innovate marketing service due to a number of people surveyed would prefer this kind of attention, and this is an attempt to square.

And finally in the control system, programmed software for improving the control of sales and daily record of business.