



# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA ORIENTAR LA  
GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA EMPRESA DE  
TRANSPORTES Y TURISMO “SAN PEDRO Y SAN PABLO”, PIURA**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

**BACH. OCAÑA RAMÍREZ, LUIS HUMBERTO**

**ASESOR**

**DR. BAYONA ESPINOZA, RICARDO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**GESTIÓN PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**

**PIURA – PERÚ**

**2013**

**JURADO CALIFICADOR**



---

**Mg. Miguel Gerardo Espinoza Roa**  
**Presidente**



---

**Dr. Ricardo Bayona Espinoza**  
**Secretario**



**Lic. Ivana Rojas**  
**Vocal**

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo especialmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan significativo de mi formación profesional. A mi madre, Carmen Ramírez Chumacero, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi madre Carmen, por su apoyo incondicional en todo momento, por sus valores, sus consejos y darme la fuerza necesaria para seguir adelante.

A mi padre Pedro, por los ejemplos de trabajo, dedicación y perseverancia que lo caracterizan y que me ha infundido siempre.

A mis docentes; Dr. Ricardo Bayona Espinoza por su gran apoyo ofrecido, ayuda necesaria para la elaboración de esta tesis; al Mg. Ing. Miguel Gerardo Espinoza Roa por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional.

Y a todas las personas que de una manera u otra intervinieron para la realización y culminación de este trabajo de investigación.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Luis Humberto Ocaña Ramírez, con DNI: 46480081, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompañe es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por la cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, 16 de agosto de 2013.

---

Luis Humberto Ocaña Ramírez

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la tesis titulada "*Propuesta de un plan estratégico para orientar la gestión administrativa en la Empresa de Transporte y Turismo "San Pedro y San Pablo", Piura.*"

Esta tesis ha sido desarrollada con la finalidad *de Formular un plan estratégico que permita orientar la gestión administrativa en la Empresa de Transporte y Turismo "San Pedro y San Pablo" en Piura*, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación

El autor

# ÍNDICE

	Página
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>14</b>
<b>II. MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>33</b>
2.1. Variables	33
2.2. Operacionalización de variables	33
2.2.1. Definición conceptual	33
2.2.2. Definición operacional	33
2.3. Metodología	35
2.4. Tipo de estudio	35
2.5. Diseño	35
2.6. Población, muestra y muestreo	35
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
2.8. Métodos de análisis de datos	36
2.9. Aspectos éticos	36
<b>III. RESULTADOS</b>	
3.1. Descripción de resultados	39
3.1.1. Descripción de la unidad de investigación	39
3.1.2. Cultura organizacional (planteamiento filosófico)	41
3.1.2.1. Misión	41
3.1.2.2. Visión	42
3.1.2.3. Valores	43
3.2. Análisis de situación	46
3.2.1. Análisis interno	46
3.2.1.1 Análisis de la capacidad directiva	46
3.2.1.2 Análisis de los recursos de la empresa	51

3.2.2	Análisis externo	64
3.2.2.1	Análisis del micro entorno	64
3.2.3.	Análisis descriptivo de la percepción de calidad	67
3.2.4.	Análisis descriptivo de la satisfacción del cliente.	70
3.2.5.	Análisis descriptivo de la fidelización del cliente	72
3.2.5.1	Proveedores	75
3.2.5.2	Acreedores	76
3.2.6.	Análisis del Modelo de las Cinco Fuerzas (ambiente interno)	79
3.2.7.	Análisis PEST (ambiente externo)	80
3.2.8.	Matriz PEST	83
3.2.9.	Análisis de la Matriz de Perfil competitivo	84
3.2.10.	Matriz de perfil competitivo	85
3.2.11	Matriz EFE	89
3.2.12	Análisis de FODA	91
3.3	Matrices de comprobación	92
3.3.1	Matriz Interna y Externa	92
3.3.2	Matriz de la posición estratégica y la evaluación de la Acción (PEYEA)	95
3.3.3	Matriz de la gran estrategia	97
3.4	Objetivos Estratégicos	98
3.5.	Propuesta de un BALANCED SCORECARD	99
<b>IV.</b>	<b>DISCUSIÓN</b>	
4.1.	Con respecto al objetivo general.	109
4.2.	Con respecto al objetivo específico 1.	109
4.3.	Con respecto al objetivo específico 2.	109
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>111</b>
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>112</b>
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>114</b>

## **ANEXOS:**

Anexo I. Matriz evaluativa de la misión	115
Anexo II. Matriz evaluativa de la visión	115
Anexo III. Matriz evaluativa de los valores	116
Anexo IV. Matriz evaluativa de la planificación	116
Anexo V. Matriz evaluativa de organización	117
Anexo VI. Matriz evaluativa de dirección	117
Anexo VII. Matriz evaluativa del control	118
Anexo VIII. Matriz evaluativa de la impotencia	118
Anexo IX. Matriz evaluativa de la falta de información	119
Anexo X. Matriz evaluativa sobre los conflictos	120
Anexo XI. Matriz evaluativa de la sobrecarga laboral	121
Anexo XII. Matriz evaluativa sobre el aburrimiento laboral	122
Anexo XIII. Matriz evaluativa sobre la falta de retroalimentación	123
Anexo XIV. Matriz evaluativa sobre alienación	124
Anexo XV. Matriz evaluativa sobre el conflicto	125
Anexo XVI. Matriz evaluativa sobre orientación organizacional	126
Anexo XVII. Matriz evaluativa trabajo en equipo	126
Anexo XVIII. Matriz evaluativa medio ambiente físico	127
Anexo XIX. Matriz evaluativa comunicación e integración	127
Anexo XVIII. Matriz evaluativa administración del talento humano	128
Anexo XIX. Matriz evaluativa sobre el grado de satisfacción en el trabajo	128
Anexo XX. Instrumento para medir la satisfacción, calidad de servicio y fidelización de los usuarios	130
Anexo XXI. Matriz evaluativa de los proveedores	133
Anexo XXII. Matriz evaluativa de los acreedores	138
Anexo XXIII. Matriz de consistencia	142
Anexo XVIX. Estados financieros	146

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Personal de Turismo San Pedro.	35
Tabla 2. Resultado de evaluación de la misión.	40
Tabla 3. Resultado de evaluación de la visión.	41
Tabla 4. Resultado de evaluación de los valores.	43
Tabla 5. Resumen de la cultura organizacional.	44
Tabla 6. Resultado de la planificación.	46
Tabla 7. Resultado de la organización.	46
Tabla 8. Resultado de dirección.	47
Tabla 9. Resultado del control.	48
Tabla 10. Matriz de la capacidad directiva.	49
Tabla 11. Plantilla del personal de la empresa.	51
Tabla 12. Matriz evaluativa sobre el personal.	52
Tabla 13. Resultados de la evaluación del grado de desempeño laboral.	53
Tabla 14. Resultado de la evaluación de la orientación organizacional.	54
Tabla 15. Resultado de la evaluación del trabajo en equipo.	54
Tabla 16. Resultado de la evaluación del medio ambiente físico.	55
Tabla 17. Resultado de la evaluación de la comunicación e integración.	55
Tabla 18. Resultado de la evaluación de la administración del talento humano.	55
Tabla 19. Resultado de la matriz evaluación de los recursos materiales.	57
Tabla 20. Ratios financieros de la Empresa de Transportes y Turismo San Pedro y San Pablo.	59
Tabla 21. Análisis horizontal de la Empresa de Transportes y Turismo San Pedro y San Pablo.	61
Tabla 22. Evaluación de la matriz EFI.	62
Tabla 23. Distribución de la muestra según edad.	64

Tabla 24. Comportamiento de las percepciones sobre aspectos de la calidad.	67
Tabla 25. Comportamiento de las percepciones sobre aspectos de la calidad.	68
Tabla 26. Comportamiento de las percepciones sobre satisfacción del cliente.	70
Tabla 27. Comportamiento de las percepciones sobre aspectos de satisfacción	70
Tabla 28. Estadísticos sobre fidelización del usuario.	72
Tabla 29. Coeficientes de variación de la fidelización de los usuarios.	73
Tabla 30. Resumen total de la matriz evaluativa a los proveedores.	76
Tabla 31. Resumen total de la matriz evaluativa a los acreedores.	77
Tabla 32. Matriz de los grupos de intereses.	78
Tabla 33. Matriz de evaluación del microentorno.	80
Tabla 34. Matriz PEST.	84
Tabla 35. Matriz del perfil competitivo de la empresa.	88
Tabla 36. Factores externos claves.	90

## LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Evaluación de la misión.	40
Figura 2. Promedio total de la misión.	41
Figura 3. Evaluación de la visión.	42
Figura 4. Promedio total de la visión.	42
Figura 5. Evaluación de los valores.	43
Figura 6. Promedio total de los valores.	44
Figura 7. Promedio total de la cultura organizacional.	44
Figura 8. Resultado de ponderaciones de la capacidad directiva.	50
Figura 9. Resultado de ponderaciones de la capacidad directiva.	56
Figura 10. Distribución de la muestra por grupos etarios.	65
Figura 11. Distribución de la muestra según sexo.	65
Figura 12. Distribución de la muestra según sexo y grupo etario.	66
Figura 13. Empresas de transporte conocidas por los usuarios.	67
Figura 14. Estadísticos de las percepciones sobre calidad.	69
Figura 15. Estadísticos de la satisfacción de los usuarios.	71
Figura 16. El personal de la empresa inspira confianza.	73
Figura 17. Sentimiento de confianza según el sexo.	74
Figura 18. Los clientes recomendarían el uso del servicio que presta la empresa.	74
Figura 19. Estadísticos de la satisfacción de los usuarios.	75
Figura 20. Resultado promedio de la satisfacción de los proveedores.	76
Figura 21. Resultado promedio de la satisfacción de los acreedores.	77
Figura 22. Resultado de la evaluación a los grupos de interés.	78
Figura 23. Matriz de perfil competitivo.	89

## RESUMEN

La realización de este proyecto tiene como objetivo la propuesta de un plan estratégico que mejore la gestión administrativa de la empresa de Transporte y Turismo San Pedro y San Pablo, buscando con ello ser más competitivos y obtener un buen ambiente laboral dentro de la misma, y así otorgar un servicio de calidad generando rentabilidad para la empresa.

Dentro del marco metodológico la variable que se estudia es plan estratégico; esta investigación usó: el método inductivo y deductivo; el tipo de estudio es: cuantitativa y descriptiva, ya que miden diversos aspectos o componentes del fenómeno por investigar, la población está dividida en 2 partes; una que la conforma la población total de los trabajadores de la empresa del Transportes y Turismo San Pedro y San Pablo que son 23, la otra parte de la población la conforma los clientes de la empresa.

La estructura del plan de resultados comienza haciendo una breve reseña histórica de la empresa, seguidamente de la cultura organizacional (misión, visión y valores). Se realiza un análisis situacional donde se evaluó por medio de matrices la parte interna y externa de la empresa.

Se concluyó con el análisis FODA, matrices de comprobación: I.E. PEYEA, gran estrategia y finalmente la propuesta de un diseño de un sistema de monitoreo y control, las conclusiones y resultados.

**Palabra clave: Planeamiento estratégico, gestión administrativa.**

## ABSTRACT

The realization of this project aims at proposing a strategic plan to improve the administrative management of the company's Transport and Tourism San Pedro and San Pablo, seeking to be more competitive and get a good working environment within the same, and provide quality service generating profitability for the company.

Within the methodological framework the variable under study is strategic plan, this research use: the inductive and deductive method, the type of study is quantitative and descriptive as they measure different aspects or components of the phenomenon under investigation, the population is divided into 2 parts, one that constitutes the total population of workers in the company of the Transport and Tourism San Pedro and San Pablo are 23, the other part of the population satisfied customers of the company.

The results plan structure begins with a brief history of the company, then the organizational culture (mission, vision and values), situational analysis is performed where matrices evaluated through the inside and outside of the company.

It ended with the SWOT analysis, test matrices in we I, E, PEYEA, great strategy and finally a proposed design of a monitoring and control system, the conclusions and results.

*Keywords:* strategic planning, administrative management