

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

*ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN*



“DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO QUE PERMITA ORIENTAR LA GESTIÓN DE LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES CAMILAF E.I.R.L., PARA EL AÑO 2012”

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

AUTOR:

ANTHONY MARTIN CHUQUIHUANGA IMÁN

ASESOR:

Dr. MIGUEL GLICERIO SALDARRIAGA PACHERRE

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GERENCIAMIENTO

PIURA – PERÚ

2012

PRESENTACIÓN

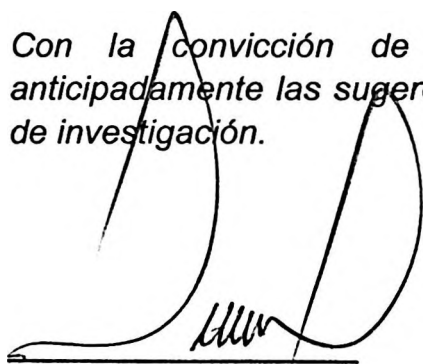
SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

De acuerdo con el CAPITULO II del ARTICULO 15° del reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo – Piura y el 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:

“DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO QUE PERMITA ORIENTAR LA GESTIÓN DE LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES CAMILAF E.I.R.L., PARA EL AÑO 2012”

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



SECRETARIO



PRESIDENTE



VOCAL

DEDICATORIA:

Este pequeño regalo es para mis queridos padres: América Imán Prieto y Filiberto Chuquihuanga Sánchez, que me motivaron siempre seguir adelante y a cumplir mí objetivo, como todo padre quiere para su hijo y, les doy las gracias por haber estado en todo momento y haberme permitido cumplir unas de mis metas, siempre los llevare en mí corazón.

A mí querido hermano, familia, seres cercanos y a otra persona en especial, que han estado a mi lado siempre, apoyándome en todo momento en el largo de mi carrera, les agradezco y que siempre estarán en mí corazón.

AGRADECIMIENTO:

A mis queridos docentes: Dr. Miguel Glicerio Saldarriaga Pacherre, Mg. Mario Díaz López, Dr. Ricardo Bayona y a otros docentes, que me motivaron siempre, seguir adelante en mi carrera y en el curso de ANTI PROYECTO y mi TESIS, les doy las gracias que se merecen y que DIOS nuestro padre celestial derrame eternamente las bendiciones en sus hogares, los recordare en este corazón noble.

ÍNDICE

<i>DEDICATORIA</i>	v
<i>AGRADECIMIENTO</i>	vi
<i>RESUMEN</i>	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

<i>1.1. Planteamiento del problema</i>	1
<i>1.2. Formulación del problema</i>	2
<i>1.3. Justificación</i>	3
<i>1.4. Antecedentes</i>	4
<i>1.5. Objetivos</i>	6
<i>1.5.1. General</i>	6
<i>1.5.2. Específicos</i>	6

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

<i>2.1. Marco teórico</i>	7
<i>2.1.1. Planeamiento estratégico</i>	7
<i>2.1.2. Ventajas del planeamiento estratégico</i>	7
<i>2.1.3. ¿Por qué desarrollar un plan estratégico?</i>	8
<i>2.1.4. Etapas del proceso</i>	14
<i>2.1.4.1. Etapa filosófica: cultura organizacional</i>	14
<i>2.1.4.2. Etapa analítica: diagnóstico estratégico</i>	20
<i>2.1.4.3. Etapa operativa: formulación del plan</i>	33
<i>2.1.4.4. Etapa de evaluación y control</i>	39
<i>2.2. Marco conceptual</i>	42

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

<i>3.1. Hipótesis</i>	45
<i>3.2. Variables</i>	45

3.2.1.	<i>Definición conceptual</i>	45
3.2.2.	<i>Definición operacional</i>	46
3.3.	<i>Metodología</i>	47
3.3.1.	<i>Tipo de estudio</i>	47
3.3.2.	<i>Diseño</i>	47
3.4.	<i>Población y muestra</i>	47
3.5.	<i>Método de investigación</i>	48
3.6.	<i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	48
3.7.	<i>Métodos de análisis de datos</i>	49

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1.	<i>Descripción de la empresa</i>	51
4.2.	<i>Reseña histórica</i>	51
4.3.	<i>Objeto de Sociedad</i>	52
4.4.	<i>Ámbito de influencia</i>	52
4.5.	<i>Servicios que brindan la institución</i>	52
4.6.	<i>Descripción de los Resultados</i>	53
4.6.1.	<i>Análisis Interno</i>	53
4.6.1.1.	<i>Cultura Organizacional</i>	53
4.6.1.2.	<i>Capacidad Directiva</i>	58
4.6.1.3.	<i>Capacidad Financiera</i>	65
4.6.1.4.	<i>Capacidad Tecnológica</i>	71
4.6.1.5.	<i>Capacidad Operativa</i>	72
4.6.1.6.	<i>Capacidad del Talento Humano</i>	73
4.6.1.7.	<i>Capacidad de Infraestructura</i>	77
4.6.2.	<i>Análisis Externo</i>	79
4.6.2.1.	<i>Grupo de Interés</i>	79
4.6.2.2.	<i>Cliente</i>	82
4.6.2.3.	<i>Proveedores</i>	83
4.6.2.4.	<i>Perfil Competitivo</i>	84
4.6.2.5.	<i>Aspecto Político</i>	86
4.6.2.6.	<i>Aspecto Económico</i>	87

4.6.2.7. <i>Aspecto Socio – Cultural</i>	88
4.6.2.8. <i>Aspecto tecnológico</i>	89
4.6.2.9. <i>Aspecto Ambiental</i>	90
4.6.3. <i>FODA</i>	92
4.7. <i>Contrastación de hipótesis</i>	95
4.8. <i>Discusión de Resultados</i>	96
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1. <i>Conclusiones:</i>	138
5.2. <i>Recomendaciones</i>	140
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	141
ANEXOS	143

RESUMEN

Servicios Generales Camilaf E.I.R.L. al ser una empresa de servicios, dedicada a la comercial y distribución de servicios eléctricos, tiene como prioridad mantener una calidad de servicio en relación al tipo de cliente que frecuenta a esta empresa. Por observación directa y percepción personal se pudo observar algunos problemas de la parte interna y externa de la organización, objeto de estudio por lo que se creyó conveniente proponer una investigación, en un diseño de un plan estratégico que le permita orientar la gestión de la empresa, que propicien la mejora de la gestión en la empresa, sabiendo sus factores internos y externos de la empresa, y para lo cual se destinó un tiempo de investigación, desde Setiembre hasta la fecha. Logrando la información requerida para la investigación cumpliendo efectivamente con el cronograma previamente establecido.

La investigación nos permitió conocer la realidad de la empresa y su impacto en la calidad del servicio al cliente, ya que un plan estratégico involucra la parte interna y externa de la empresa, que ayuda al mejoramiento y a la orientación de la gestión de la empresa, es decir esto ayudara en todo, como calidad del servicio al cliente y entre otros factores.

Se pudo concluir dentro de la parte interna, que las fortalezas predominan sobre las debilidades y en la parte externa las oportunidades predominan sobre las amenazas. Además se pudo observar diferentes factores con problemas, en lo cual se ha visto proponer algunas mejoras, como es el: mejoramiento del MOF, mejoramiento del clima organizacional, y capacitación hacia la atención al cliente.

ABSTRACT

Camilaf E.I.R.L. General Services is a service company dedicated to the marketing and distribution of electrical services, makes it a priority to maintain a quality of service in relation to the kind of customer who frequents this company. By direct observation and personal perception was observed some problems inside and outside of the organization object of study so it was thought appropriate to propose a research, design a strategic plan that allows you to guide the management of the company , which leads to an improvement in the management of the company, knowing their internal and external factors of the company, and thus was devoted to research time from September to date. Managing to the required information for research effectively implementing the timeline.

The investigation allowed us to know the reality of the company and its impact on the quality of customer service, as a strategic plan involves the inside and outside of the company, which helps the improvement and orientation of the management of the company, so this will help at all, as quality customer service and other factors.

It could be concluded in the inside, that the fortresses predominate over weaknesses and on the outside opportunities predominate over the threats. Furthermore we observed different factors with problems, thus has been seen proposed some improvements, such as: improving MOF, improved organizational climate, and training to customer care.