



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA PROMOVER LA
COMPETITIVIDAD DE BOTICA LOS ÁNGELES-EL ALTO, TALARA.
AÑO 2015”**

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

AUTORA:

MACHUCA ROSILLO MERCEDES GUADALUPE

ASESOR:

DR. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PLANIFICACIÓN

PIURA-PERÚ

2015

PÁGINA DEL JURADO

.....
Dr. Freddy Castillo Palacios
Presidente

.....
Mg. Oliver López Herrera
Secretario

.....
Mg. Luis Sánchez Pacheco
Vocal

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a Dios, a la Virgen María y a mis dos abuelos, José Donald Rosillo Flores y Juan Francisco Machuca Medina, mis dos ángeles que desde el cielo siempre han estado a mi lado.

Es gracias a ellos que estoy presentado la investigación realizada porque aunque no estuvieron físicamente, siempre los sentí cerca y sé que han estado cuidándome y transmitiéndome toda la fortaleza para seguir adelante a pesar de los obstáculos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, Luis Alberto Machuca Neira y Mercedes Nelly Rosillo Masias, las dos personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, gracias por darme su apoyo, su amor, sus consejos, su protección, su motivación, por no dejarme caer en los momentos difíciles. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia y coraje para cumplir todos mis objetivos.

A mis abuelas, Amelia Neira Dioses y Nelly Masias Medina, por estar siempre pendientes de mí, orando para que todo me vaya bien, a mi hermana Melissa López Adrianzen por estar siempre presente, acompañándome para poderme realizar. A mis tíos, José Rosillo Masias, José Machuca Neira, Rosa Machuca Neira y Lindaura Adrianzen Puelles, porque siempre estuvieron listos para brindarme toda su ayuda como ángeles terrenales que están y estarán conmigo siempre.

Asimismo agradezco de manera especial a mi profesor Freddy Castillo Palacios, por haberme orientado, apoyado y corregido en la elaboración de la presente investigación, con un interés que ha sobrepasado todas las expectativas que como alumna deposité en su persona.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Mercedes Guadalupe Machuca Rosillo, con DNI N° 70430457, 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 Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño 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 lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

La Autora

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En el cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Lineamientos estratégicos para promover la competitividad de Botica Los Ángeles, El Alto – Talara. Años 2015”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Machuca Rosillo, Mercedes Guadalupe

ÍNDICE

	Página
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO.....	4
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	5
PRESENTACIÓN.....	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
ÍNDICE DE ANEXOS	9
RESUMEN.....	10
I. INTRODUCCIÓN	12
II. MARCO METODOLÓGICO.....	44
2.1. Variables	44
2.2. Operacionalización de variables	45
2.3. Metodología	47
2.4. Tipo de Estudio	47
2.5. Diseño de investigación.....	47
2.6. Población y muestra	48
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	49
2.8. Método de análisis de datos.....	51
2.9. Aspectos éticos	51
III. RESULTADOS	52
IV. INFORME DE ENTREVISTA	70
V. INFORME DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN: BOTICA LOS ÁNGELES.....	75
VI. INFORME DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN: BOTICA CRUZ FARMA.....	77
VII. INFORME DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN: BOTICA VIRGEN DE LA PUERTA.....	79
VIII. INFORME DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN: BOTICA DIOS ES AMOR.....	81
IX. INFORME DE LA GUÍA DE OBSERVACIÓN: BOTICA LINDA.....	83
X. PROPUESTA	85
XI. DISCUSIÓN	160
XII. CONCLUSIONES.....	169
XIII. RECOMENDACIONES.....	171
XIV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	173
ANEXOS.....	178

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Operacionalización de Variables	46
Tabla 2. Características de los clientes de Botica Los Ángeles, El Alto - Talara	53
Tabla 3. Tiempo que los clientes acuden a realizar una compra en la Botica Los Ángeles.....	54
Tabla 4. Frecuencia con la que los clientes acuden a realizar una compra en la Botica Los Ángeles....	55
Tabla 5. Razón principal por la que los clientes acuden a realizar una compra en Botica Los Ángeles.	55
Tabla 6. Aspectos que los clientes consideran que Botica Los Ángeles debería mejorar.....	56
Tabla 7. Clientes que estan dispuestos a recomendar Botica Los Ángeles.....	57
Tabla 8. Razones por la que los clientes han acudido a otras boticas del distrito El Alto.....	57
Tabla 9. El servicio que ofrece Botica Los Ángeles es mejor que el que ofrecen otras boticas de la localidad	58
Tabla 10. Concordancia con la ubicación céntrica, comodidad y limpieza de las instalaciones y con la tecnología moderna de los equipos de Botica Los Ángeles	59
Tabla 11. Tipo de productos que adquieren los clientes de Botica Los Ángeles	60
Tabla 12. Servicios que a los clientes les gustaría que se implementen en Botica Los Ángeles	61
Tabla 13. Aspectos laborales de los trabajadores de Botica Los Ángeles.....	62
Tabla 14. Concordancia con el conocimiento de las tareas y capacitaciones para el personal de Botica Los Ángeles.....	63
Tabla 15. Percepción de los clientes en cuanto a los precios de los productos de Botica Los Ángeles.	63
Tabla 16. Concordancia con buena atención, el personal siempre le responde sus preguntas y satisfacción con el servicio y productos	64
Tabla 17. Problemas con el servicio o productos de Botica Los Ángeles	65
Tabla 18. Rapidez del servicio que ofrece Botica Los Ángeles	66
Tabla 19. Consumo total promedio de las compras de los clientes de Botica Los Ángeles.....	67
Tabla 20. Aspectos relacionados a la productividad de los trabajadores de Botica Los Ángeles	68
Tabla 21. Otras formas de motivación para el personal de Botica Los Ángeles	69
Tabla 22. Principales normas que regulan a la industria farmacéutica y de medicamentos.....	87
Tabla 23. Principales empresas de la industria química - farmacéutica en el Perú. Año 2013.....	95
Tabla 24. Ranking de las 25 principales empresas de la Industria química farmacéutica y de servicios de salud en el Perú. Año 2009 - 2010.....	97
Tabla 25. Principales clases terapéuticas a nivel nacional según sus ventas. Año 2003	98
Tabla 26. Principales medicamentos a nivel nacional según nivel de ventas. Año 2003.....	99
Tabla 27. Infraestructura de salud por centros poblados.....	103
Tabla 28. Atenciones médicas en el distrito de El Alto. Año 2013.....	104
Tabla 29. Atenciones médicas en el distrito de El Alto, clasificadas según el sexo. Año 2013	104
Tabla 30. Atenciones médicas en el distrito de El Alto, clasificadas según el grupo etario. Años 2013	104
Tabla 31. Atenciones médicas en el distrito de El Alto, clasificadas según el diagnóstico. Año 2013.	104
Tabla 32. Atenciones médicas en el distrito de El Alto. Año 2014.....	105

Tabla 33. Atenciones médicas en el distrito de El Alto según por sexo. Año 2014	105
Tabla 34. Atenciones médicas en el distrito de El Alto clasificado por grupo etario. Año 2014	105
Tabla 35. Atenciones médicas en el distrito de El Alto clasificado el diagnóstico. Año 2014.....	105
Tabla 36. Proveedores de Botica Los Ángeles.....	110
Tabla 37. Aspectos laborales de los colaboradores de Botica Los Ángeles	116
Tabla 38. Resultados de la Matriz Cuantitativa.....	146

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	112
Figura 2. Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	120
Figura 3. Matriz de posición estratégica y evaluación de la acción (PEYEA).....	132
Figura 4. Matriz Interna – Externa (IE)	135
Figura 5. Matriz de la estrategia principal.....	136
Figura 6. Infraestructura propuesta para Botica Los Ángeles	157

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia	179
Anexo 2: Instrumento – Cuestionario a clientes	182
Anexo 3: Instrumento – Cuestionario a los colaboradores.....	184
Anexo 4. Entrevista a la propietaria de Botica Los Ángeles	186
Anexo 5. Guía de observación para Botica Los Ángeles.....	191
Anexo 6. Guía de observación para Botica Cruz Farma	194
Anexo 7. Guía de observación para Botica Virgen de la Puerta.....	197
Anexo 8. Guía de observación para Botica Dios es Amor	200
Anexo 9. Guía de observación para Botica Linda	203
Anexo 10. Libro de códigos-cuestionario aplicado a los clientes.....	206
Anexo 11. Libro de códigos – Cuestionario aplicado a los colaboradores	222

RESUMEN

La presente investigación pretende establecer los lineamientos estratégicos para promover la competitividad de Botica Los Ángeles, El Alto - Talara. Con los lineamientos estratégicos se pretende mantener una relación viable entre los objetivos de la empresa, los recursos que posee y las oportunidades cambiantes del entorno, con la finalidad de que la empresa mantenga un crecimiento sostenido. Para ello se aplicaron tres instrumentos, encuestas (aplicadas a los clientes y colaboradores), entrevista (aplicada a la propietaria) y guía de observación (aplicada a la empresa y a su competencia), utilizando una metodología observacional de tipo aplicativo y descriptivo porque detallo la realidad en la que se desenvuelve la empresa y sus aspectos internos. Sobre el medio externo, se obtuvo que la empresa se encuentra en condiciones inestables, sus clientes son de ambos sexos, que optan por comprar medicina genérica debido a su bajo nivel de ingresos, también precisan que les gustaría que se implementaran otros servicios. Asimismo se detectó que la principal competencia la representa Botica Cruz Farma por los precios bajos de sus productos. Por otro lado se pudo determinar que el ambiente interno se encuentra en condiciones estables, existiendo mayores fortalezas que debilidades, asimismo el nivel de satisfacción de los clientes es alto, tanto en los productos, como en los servicios y el nivel de productividad no es desfavorable pero se puede potencializar, los colaboradores creen conveniente que para lograr un mejor desempeño la empresa debería invertir en equipos.

Palabras claves: Lineamientos estratégicos, competitividad, medio interno, medio externo, satisfacción, productividad.

ABSTRACT

This investigation expects to establish the strategic guidelines to promote the competitiveness of Los Ángeles Drugstore, El Alto - Talara. With the strategic guidelines it pretends to maintain a viable relation between the company's goals, the sources that it has and the changing surrounding opportunities, in order that the company maintains a constant growth. So, three instruments were applied, surveys (applied to customers and contributors), interview (applied to the owner) and observation guide (applied to the company and its competition), using an observational methodology application and descriptive type because I detail the reality where the company and its internal aspects operate. About the external media, it was found that the company is in unstable conditions; its customers are of both sexes, they choose to buy generic drug because of its low income, customers also require that they would like other services were implemented. Likewise it was found that the principal competition is Cruz Farma Drugstore because of its low prices in its products. On the other hand it was determined that the internal atmosphere is in stable conditions, there were more strengths than weaknesses, the level of customers' satisfaction is high, as much in products, as in services and the productivity level isn't unfavorable but it can be potentiated, contributors thought that to get a better achievement the company should invest in equipment.

Keywords: Strategic guidelines, competitiveness, internal media, external media, satisfaction, productivity.