

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



TESIS

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA POSICIÓN
ECONÓMICA Y FINANCIERA
DE LA EMPRESA
“UNION MARTIGUS S.A.C”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO

AUTORA

ANA MARÍA BURGOS SOLIS

ASESOR

MBA. LUIS GERARDO GÓMEZ JACINTO

**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 César Vallejo – Piura y el de la Escuela Profesional de Contabilidad, de optar el Título Profesional de Contador Público.

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

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA POSICIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA UNION MARTIGUS S.A.C

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

**MBA Luis Gerardo Gómez Jacinto
PRESIDENTE**

**CPC Luis Miguel Floreano Benites
SECRETARIO**

**CPC Jaime Yovera Jaramillo
VOCAL**

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a DIOS,
por haberme dado la vida,
a las personas e instrumentos necesarios
para ver una etapa más de mi existencia
concluida con satisfacción y agrado.

A mis Padres María y Luis, a mis hermanos,
y a mis sobrinos Oscar, Alvaro y Joel quienes
me motivaron para culminar
mis estudios universitarios
que me ha capacitado para un futuro mejor
y que siempre pondré al servicio
del bien, la verdad y la justicia.

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más sincero
agradecimiento a mis asesores, por su tiempo,
apoyo y guía en la dirección
de este trabajo.

Y a todas las personas, familiares, profesores y amigos
que de una u otra forma me brindaron su ayuda e
hicieron posible que este trabajo sea ahora
una realidad.

Gracias a Todos

RESUMEN

Hoy en día las empresas necesitan estar muy organizadas si en realidad desean ser exitosas, por lo que es necesario que desarrollen un proceso estratégico para lograr ser competitivas.

La investigación fue diseñada con el objetivo principal de proponer el diseño de un Plan estratégico como herramienta, para que la empresa mejore su posición económica y financiera en un corto plazo. Así mismo con el diseño del plan estratégico, se espera corregir los problemas que la empresa ha tenido en su corto tiempo, los cuales se han visto reflejados en las encuestas realizadas en la misma, tales como la adquisición de nuevas herramientas de trabajo para ampliar el local, la falta de estrategias desarrolladas para combatir a la competencia que cada vez es mayor.

La tesis resume la serie de pasos que se llevarán a cabo para ordenar la situación actual de la empresa, llevar a cabo la creación de estrategias de ventas y así llegar a satisfacer al mercado que se establezca como objetivo.

Así mismo se creará la estructura organizacional de la empresa sobre la cual se fundamentarán las tareas que cada participante tenga encomendadas dentro de la misma, y que será parte fundamental del cambio que se quiere dar en la empresa, junto con la recuperación financiera y su proyección de crecimiento en el futuro en un corto plazo.

ABSTRACT

Today companies need to be very organized if they want to be successful so it is necessary to develop a strategic process in order to become competitive. The research was designed with the objective to propose the design of a strategic plan as a tool for the company to improve its economic and financial position in a short term.

Same with the design of the strategic plan is expected to correct the problems that company has had in his short time, which have been reflected in the surveys conducted in the same, such as the acquisition of new tools to expand the facility, the lack of strategies developed to combat the competition that is becoming greater.

The thesis summarizes a series of steps carried out to order the company's current situation, conduct creating sales strategies and reach to satisfy the market is established as a target.

It also will create the organizational structure of the company which substantiate the tasks that each participant has assigned within the same, to be a fundamental part of the change you want to give the company, along with financial recovery and its projection future growth in the short term.

INDICE

Contenido

	Página
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii

CAPÍTULO I

LINEAMIENTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1	Planteamiento y Formulación del Problema	10
1.1.1	Planteamiento del Problema	
1.1.2	Formulación del Problema	
1.2	Objetivos de la Investigación	11
1.3	Hipótesis y Variables	11
1.3.1	Planteamiento de la Hipótesis	
1.3.2	Variables – Indicadores	
1.4	Metodología	12
1.4.1	Tipo de Diseño	
1.4.2	Población – Muestra	
1.4.3	Técnicas, Instrumentos, Fuentes e Informantes	
1.4.4	Forma de análisis de datos	

CAPÍTULO II

LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LA EMPRESA

2.1	Planeación Estratégica en la Empresa	15
2.1.1	Definición de la Planeación Estratégica	
2.1.2	Importancia de la Planeación Estratégica	

2.1.3	La administración y el proceso estratégico	
2.1.4	Necesidad del Planeamiento Estratégico en las Empresas	
2.1.5	Razones para realizar la Planificación Estratégica	
2.1.6	Fallos de la Planificación Estratégica	
2.1.7	Características de la Planeación Estratégica	
2.1.8	Bondades y Limitaciones de la Planeación Estratégica	
2.1.9	Proceso de la Planeación Estratégica	
2.2	La Empresa	39
2.2.1	Definición de la Empresa	
2.2.2	La Empresa y el Medio Ambiente	
2.2.3	Tipos de Objetivos de la Empresa	
2.2.4	Clasificación de la Empresa	
2.2.5	Elementos de la Empresa	
2.2.6	Funciones de la Empresa	

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LA EMPRESA “UNION MARTIGUS S.A.C”

3.1	Presentación de la Empresa	55
3.1.1	Breve Historia de la Empresa	
3.1.2	Diseño Corporativo	
3.1.3	Descripción de los productos	
3.2	Evaluación y Análisis de la Actual Capacidad Financiera	60
3.2.1	Análisis del Balance General	
3.2.2	Interpretación del Estado de Ganancias y Pérdidas	
3.2.3	Análisis de los Ratios Financieros	
3.3	Presentación de los Resultados de la Encuesta	68
3.4	Diagnóstico de la Investigación	85

CAPÍTULO IV

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

4.1	Planteamiento de la Hipótesis	87
4.2	Contrastación de la Hipótesis	87
4.3	Diseño del Plan Estratégico para La Empresa “Unión Martigus S.A.C”	89
4.1.1	Misión	

4.1.2	Visión	
4.1.3	Valores	
4.1.4	Metas	
4.1.5	Objetivos Estratégicos	
4.1.6	Políticas	
4.1.7	Estructura de la Empresa Unión Martigus S.A.C	
4.1.7.1	El Organigrama	
4.1.7.2	Características de los Recursos Humanos	
4.4	Desarrollo de la Planificación Estratégica	101
4.1.1	Formulación de Estrategias	
4.1.1.1	Estrategia Global	
4.1.1.2	Estrategia del Plan de Mercadeo	
4.1.1.3	Estrategia de Recursos Humanos	

‘CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO

5.1	Introducción	108
5.2	Etapa de Inversiones	108
5.3	Capital de Trabajo	109
5.4	Inversión Fija Tangible	109
5.4.1	Equipos de Cómputo	
5.4.2	Construcción y adecuaciones	
5.5	Inversión Fija Intangible	112
5.6	Programa de Inversión	112
5.7	Etapa de Operación	113
5.7.1	Gastos	114
5.8	Presupuesto de Ingresos	115
5.9	Presupuesto de Egresos	
5.9.1	Costos de Producción	
5.9.2	Gastos Administrativos	
5.10	Proyección de Ingresos	117
5.11	Punto de Equilibrio	120
5.12	Análisis de Resultados Obtenidos	121
	CONCLUSIONES	123

RECOMENDACIONES	125
BIBLIOGRAFIA	126
ANEXOS	128

INDICE DE CUADROS

CAPITULO II

Cuadro 1: Comparativo de las Modalidades Empresariales más utilizadas por las MYPES	47
---	----

CAPITULO III

Cuadro 2: Matriz FODA	83
-----------------------	----

CAPITULO V

Cuadro 3: Capital de Trabajo	109
Cuadro 4: Inversión Fija Tangible	110
Cuadro 5: Equipos de Oficina	111
Cuadro 6: Construcción y adecuaciones	111
Cuadro 7: Activos Fijos Intangibles	112
Cuadro 8: Reinversión Total de la Propuesta	113
Cuadro 9: Financiamiento del Préstamo	114
Cuadro 10: Ingresos por día	115
Cuadro 11: Resumen de Ingresos por año	115
Cuadro 12: Consto de Producción	115
Cuadro 13: Costo de Producción por cinco años	116
Cuadro 14 Gastos Generales	116
Cuadro 15: Estado de Ganancias y Pérdidas al 100%	118
Cuadro 16: Estado de Ganancias y Pérdidas al 75%	119
Cuadro 17: Punto de Equilibrio	120

INDICE DE GRAFICOS

CAPITULO III

Gráfico 1: Sexo de los clientes	69
Gráfico 2. Edad de los clientes	70
Gráfico 3: Lugar de procedencia	71
Gráfico 4: Frecuencia de visita al restaurant	72
Gráfico 5: Grado de satisfacción	73
Gráfico 6: Nivel de Educación	74
Gráfico 7: Organización en el área de trabajo	75
Gráfico 8: Nivel de satisfacción en la Empresa	76
Gráfico 9: Información con respecto al desempeño laboral	77
Gráfico 10: Resultado sobre las expectativas como dueños	78
Gráfico 11: Lugar estratégico del local	79
Gráfico 12: Aplicación de estrategias de marketing para mantener cautiva a los clientes	80

INDICE DE FIGURAS

CAPITULO II

Figura 1: Modelo Secuencial del Proceso Estratégico	18
Figura 2: El Micro Ambiente y el Macro Ambiente	24
Figura 3: Modelo de las Cinco Fuerzas Competitivas de PORTER	25
Figura 4: La Cadena de Valor de M. Porter	28
Figura 5: Proceso de Planeación Estratégica	38

CAPITULO IV

Figura 5: Organigrama Estructural de la Empresa UNION MARTIGUS S.A.C	96
---	----