

FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA
GESTIÓN DE LA EMPRESA MA CONSULTORES S.A.C.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO INDUSTRIAL

AUTOR:

CONCHA VICENTE MICHELLE GERALDINE

ASESORES:

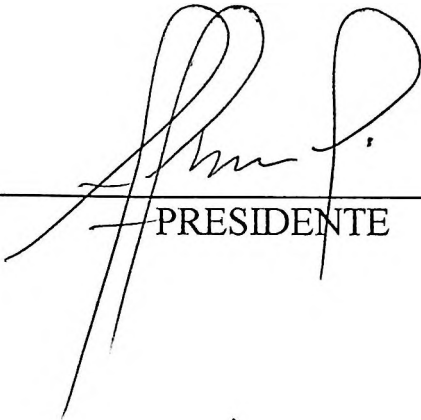
ING. OMAR RIVERA CALLE

ING. DANIEL RUIZ ZAPATA

PIURA – PERU

2014

JURADO CALIFICADOR



PRESIDENTE



SECRETARIO



VOCAL

Henry Tineo Neyra
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
CLAD 02789

Dedicatoria

A mis padres queridos, quienes siempre tuvieron la confianza y seguridad en que alcanzaría la meta.

A mis hijos Dereck y Theylard, que son mi inspiración, quienes con su sacrificio me dan la fuerza necesaria para seguir creciendo, los amo.

A mi Marco Antonio, por ser mi mejor amigo, compañero y por tu amor que me hace siempre estar a tu lado.

A mis hermanos por su apoyo incondicional y en gratitud por haberme dado unos hermosos sobrinos.

Gracias a todos por su comprensión, amor y apoyo brindado para ser cada día mejor.

Agradecimiento

Al Creador de todas las cosas, quien me ha dado fortaleza para continuar cuando estuve a punto de caer; por ello, con toda la humildad de mi corazón dedico este trabajo a Dios.

A mi familia, por su comprensión y aliento para seguir adelante.

Al ingeniero Hubler Montes Arroyo, Gerente de la empresa MA Consultores S.A.C., por su apoyo brindado durante el desarrollo de la tesis, por su valiosa amistad que lo convierte en modelo ejemplar digno de respeto y admiración profesional e intelectual.

A mis asesores de tesis ingenieros, Omar Rivera Calle y Daniel Ruiz Zapata, quienes además de guiarme, he aprendido a desarrollar mejor este trabajo de tesis a través de sus aportes y conocimientos.

Y finalmente un agradecimiento a la Universidad César Vallejo que me ofreció la formación e instrucción adecuada preparándome para el ámbito competitivo y ser una profesional tenaz del bien común.

Presentación

Para el presente trabajo se ha realizado un análisis externo e interno de la empresa MA Consultores, que es una organización con amplia experiencia de profesionales reconocidos con la finalidad de brindar con calidad y eficiencia los servicios de: estudios de sistemas de generación, transmisión y distribución de energía eléctrica.

Son operaciones propias de la empresa el planeamiento, formulación, definición y evaluación de proyectos; evaluación y análisis de operación de sistemas eléctricos y estudios de sistemas de protección. Además del diseño de proyectos de generación, transmisión y distribución mediante diseños básicos, definitivos y a nivel de detalle y finalmente brinda servicios de asesoría y supervisión.

Sin embargo, la empresa carece de objetivos estratégicos, ni ha establecido su misión y visión, es por eso que se ha realizado un plan estratégico con la finalidad de obtener las estrategias que la empresa debe seguir para alcanzar el nivel competitivo que el mercado exige.

Con el apoyo de la gerencia y de los empleados de la empresa MA Consultores se ha realizado con éxito la obtención de la información fuente para hacer más real este análisis.

Se presenta esta tesis como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de ingeniero industrial de la Universidad César Vallejo – Piura.

La Autora

Índice

Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Presentación.....	v
Índice	vi
Lista de Tablas.....	viii
Lista de Figuras.....	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1.1 Realidad Problemática.....	1
1.1.2 Formulación del problema.....	2
1.1.3 Justificación.....	2
1.1.4 Antecedentes	3
1.1.5 Objetivos	7
1.1.5.1 General.....	7
1.1.5.2 Específico	7
1.2 MARCO REFERENCIAL.....	7
1.2.1 Marco teórico	7
1.2.2 Marco Conceptual	22
2 MARCO METODOLÓGICO	22
2.1 Hipótesis.....	22
2.2 Variables	22
2.2.1 Definición conceptual.....	23
2.2.2 Definición operacional	23
2.3 Metodología	24
2.3.1 Tipos de estudio.....	24
2.3.2 Diseño.....	24
2.4 Población y muestra	25
2.5 Método de investigación.....	25
2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
2.7 Métodos de análisis de datos.....	26

3 RESULTADOS 27

3.1 Formulación de estrategias..... 27

3.1.1 Visión 27

3.1.2 Misión..... 27

3.1.3 Valores..... 27

3.1.4 Evaluación externa 28

3.1.5 Evaluación interna..... 46

3.1.6 Decisión y elección de estrategias..... 60

4 DISCUSIÓN 80

5 CONCLUSIONES 83

6 SUGERENCIAS 83

7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 84

8 ANEXOS 87

Anexo 1: Procedimiento para la construcción de matrices 87

Anexo 2: Encuesta formulada a los trabajadores de MA Consultores SAC..... 105

Lista de Tablas

Tabla 1: Matriz de Evaluación de Factores Externos - MEFE	40
Tabla 2: Matriz de Perfil Competitivo - MPC	45
Tabla 3: Encuesta análisis interno: Preguntas 1 y 2	47
Tabla 4: Encuesta análisis interno: Pregunta 3	48
Tabla 5: Encuesta análisis interno: Pregunta 4	50
Tabla 6: Encuesta análisis interno: Pregunta 5	50
Tabla 7: Encuesta análisis interno: Pregunta 6	51
Tabla 8: Encuesta análisis interno: Pregunta 7	52
Tabla 9: Encuesta análisis interno: Preguntas 8, 9 y 10	53
Tabla 10: Matriz de Evaluación de Factores Internos - MEFI	59
Tabla 11: Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)	62
Tabla 12: Matriz de la Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEYEA)	65
Tabla 13: Matriz de Boston Consulting Group (MBCG)	67
Tabla 14: Estrategias Matriz Interna Externa	68
Tabla 15: Matriz Interna Externa (MIE)	69
Tabla 16: Matriz de la gran estrategia (MGE)	70
Tabla 17: Matriz de la gran estrategia (MD)	71
Tabla 18: Matriz Cuantitativa del Planeamiento Estratégico (MCPE)	74
Tabla 19: Resultados de la MCPE	76
Tabla 20: Matriz de Rumelt (MR)	77
Tabla 21: Matriz de ética (ME)	78

Lista de Figuras

<i>Figura 1. Etapas del proceso estratégico</i>	11
<i>Figura 2. Modelo secuencial del proceso estratégico</i>	12
<i>Figura 3. Establecimiento de misión, visión, Valores</i>	14
<i>Figura 4. El entorno externo de la empresa</i>	15
<i>Figura 5. Ciclo operativo de la organización</i>	18
<i>Figura 6. Producto Bruto Interno</i>	33
<i>Figura 7. Producto Bruto Interno</i>	34
<i>Figura 8. Máxima demanda</i>	34
<i>Figura 9. Tasa de interés</i>	35
<i>Figura 10. Inflación y meta de inflación</i>	36
<i>Figura 11. Proyección de la inflación</i>	36
<i>Figura 12. Tasa de crecimiento de la población (miles de personas)</i>	37
<i>Figura 13. Resultados de encuesta (p, 1 y 2) a los empleados de MA Consultores</i>	47
<i>Figura 14. Resultados de encuesta (p, 3) a los empleados de MA Consultores</i>	48
<i>Figura 15. Organigrama de la empresa MA Consultores</i>	49
<i>Figura 16. Resultados de encuesta (p, 4) a los empleados de MA Consultores</i>	49
<i>Figura 17. Resultados de encuesta (p, 5) a los empleados de MA Consultores</i>	50
<i>Figura 18. Resultados de encuesta (p, 6) a los empleados de MA Consultores</i>	51
<i>Figura 19. Resultados de encuesta (p, 7) a los empleados de MA Consultores</i>	52
<i>Figura 20. Resultados de encuesta (p, 8-10) a los empleados de MA Consultores</i>	53
<i>Figura 21. Matriz PEYEA de la empresa MA Consultores</i>	66

RESUMEN

Desde que la empresa MA Consultores dio inicio a sus actividades, las condiciones del mercado han ido cambiando, la dirección actual debe adaptarse a un nuevo escenario y éste debe aceptar que lo único cierto es el cambio.

Primero se ha realizado un análisis externo e interno para obtener los aspectos importantes que serán desarrollados en el orden establecido, basado en el proceso estratégico, un enfoque de gerencia.

Mediante el análisis de la situación actual se pudo conocer la función de cada empleado de la empresa, de igual forma se conocieron los conceptos de planificación estratégica, misión, visión y los objetivos. Cabe resaltar que la empresa no tiene misión, visión, ni objetivos estratégicos escritos.

Por medio de un proceso de evaluación se realizó un análisis del ambiente externo de la empresa, determinando las oportunidades con las que cuenta la empresa en su entorno y qué factores del ambiente son perjudiciales para el mismo. De igual forma se determinó el análisis competitivo con las empresas del entorno, haciendo un análisis de lo que ofrecen al mercado y así obtener mayor conocimiento de lo que es necesario implementar en la empresa y alcanzar el nivel competitivo en el mercado.

El análisis del ambiente interno hizo posible que se detectaran las fortalezas y debilidades de la empresa mediante el apoyo de los empleados de la empresa y de la observación directa a la misma, posteriormente se construyó la matriz de evaluación de factores.

Luego del análisis externo e interno, se procedió a formular las estrategias empleando la matriz FODA, las estrategias formuladas se compararon con los objetivos estratégicos establecidos, para determinar cuál estrategia se adaptaba mejor a cada uno de ellos.

Finalmente, se construyeron las matrices para realizar la formulación y elección de los objetivos estratégicos o estrategias para la empresa con la finalidad de proporcionar una mejor imagen a la organización e indicar la dirección hacia dónde se encaminan los esfuerzos de la empresa.

ABSTRACT

Since the company MA Consultants gave started its activities, market conditions have changed, the current address must adapt to a new stage and it must accept that the only certainty is change.

First there has been an external and internal analysis for the important aspects that will be developed in the established order, based on the strategic process, a management approach.

By analyzing the current situation could know the function of each employee of the company, just as the concepts of strategic planning , mission, vision and objectives are met. Significantly, the company does not have a mission , vision for the future , no written strategic objectives .

Through a process of assessment an analysis of the external environment of the company was conducted, identifying opportunities that the company has in its environment and that environmental factors are detrimental to it. Similarly competitive analyses with business environment was determined by an analysis of what they offer to the market and obtain greater knowledge of what is necessary to implement and achieve the company competitive in the market.

An analysis of the internal environment the strengths and weaknesses of the company were detected by the support of the employees of the company and direct observation to it, then the evaluation matrix of factors is constructed.

Once completed the external and internal analysis, we proceeded to formulate strategies using the SWOT matrix, strategies developed were compared with the established strategic objectives to determine which strategy is best suited to each of them.

Finally , the arrays were built to the design and choice of strategic objectives or strategies for the company in order to provide a better picture of the organization and indicate the direction in which the company's efforts are directed .