

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



**“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL CENTRO DE
DESARROLLO INTEGRAL MI NIÑITO FELIZ S.R.L.”**

RESUMEN EJECUTIVO

POR: CASTILLO CORTEZ PAOLA DANIELA

SÁNCHEZ TÁRRAGA MARÍA ESTHER

DOCENTE: MSC. LIC. LOURDES CADENA INFANTES

Trabajo de Investigación presentado a consideración de la “Universidad Autónoma Juan Misael Saracho”, como requisito para optar por el Grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

DICIEMBRE DE 2011

TARIJA – BOLIVIA

V°B

.....
MSc. Lic. Lourdes Cadena Infantes
PROFESORA GUÍA

.....
MSc. Lic. Bernardo Muñoz Vargas
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

.....
MSc. Lic. Víctor Vargas Rivera
VICEDECANO
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

.....
MSc. Lic. Waldo Gumiel Vela
DIRECTOR
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN APLICADA

APROBADO POR:

TRIBUNAL

.....
MSc. Lic. Franz Rodríguez Ortiz

.....
MSc. Lic. Pilar Baldiviezo Mogro

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Elizabeth y Felipe, a mis hermanitas Eloina y Marcela, a mi sobrinito Fabiancito quienes fueron pilares fundamentales en mi formación profesional

A toda mi familia por su cariño, respaldo y confianza a lo largo de mi carrera.

Paola Daniela Castillo Cortez.

DEDICATORIA

A mis padres Basilia y Weimar † por su amor incondicional, a mis hermanas Silvia y Carla por ser el motivo de mi superación constante, a mis hermanos Sandra, Weimar y Daniel por su cariño y apoyo.

Y a mis pequeñas Belén y Karina por ser la razón de mi alegría.

María Esther Sánchez Tárraga.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, mis seres queridos que acompañan y guían desde el cielo cada paso que doy en mi vida.

Los más sinceros agradecimientos a la Lic. Lourdes Cadena por su colaboración y guía en el trabajo.

Al señor Raúl Pérez, bibliotecario, por su amistad y colaboración.

Paola Daniela Castillo Cortez.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la oportunidad de vivir.

A todos los docentes que compartieron con nosotros sus conocimientos, en especial al Lic. Saturnino Ríos†.

Al señor Raúl Pérez por su amistad y su colaboración en la culminación del presente trabajo.

A la familia Castillo Cortez por abrirme las puertas de su hogar.

Y a todos mis amigos por brindarme su apoyo en momentos difíciles.

María Esther Sánchez Tárraga.

PENSAMIENTO

La inteligencia no se mide por cuantas operaciones o cálculos puedo hacer, la inteligencia se mide por la creatividad y la imaginación de cada persona, lo demás solo es memoria.

ÍNDICE

DEDICATORIAS

AGRADECIMIENTOS

PENSAMIENTO

RESUMEN

Página

INTRODUCCIÓN

i

I. JUSTIFICACIÓN

i

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

ii

III. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

iv

IV. OBJETIVOS

iv

V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

v

VI. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

vi

PRIMERA PARTE: MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

1.1. CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN

1

1.1.1. Funciones de Administración

2

1.2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

4

1.2.1. El proceso de la Dirección Estratégica

4

1.3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

7

1.3.1. Definición de Planificación Estratégica

7

1.3.2. Propósito y beneficios de la Planeación Estratégica

8

1.3.3. El Proceso de Planificación Estratégica

10

1.3.3.1. Definición de Visión

13

1.3.3.2. Definición de Misión

14

1.3.3.3. Objetivos

15

1.3.3.4. Análisis del Entorno Externo de la Empresa

16

1.3.3.4.1.	Análisis PEST	17
1.3.3.4.2.	Análisis Competitivo: las cinco fuerzas de PORTER	20
1.3.3.5.	Análisis Interno de la Empresa	23
1.3.3.6.	Análisis FODA	24
1.3.3.7.	Estrategia	26
1.3.3.7.1.	Estrategia como Plan	27
1.3.3.7.2.	Las tres tareas para la formulación de la Estrategia	28
1.3.3.7.3.	Niveles de Estrategia	29
1.3.3.7.4.	Tipos de Estrategia	30
1.4.	ORGANIZACIÓN	33
1.4.1.	Organización Formal	33
1.4.2.	La Estructura y el Proceso de Organizar	33
1.4.3.	Departamentalización por Función de la Empresa	34
1.4.4.	Organigrama	34

SEGUNDA PARTE: DIAGNÓSTICO

CAPÍTULO II: MACROENTORNO

2.1.	FACTORES POLÍTICO – LEGALES	35
2.1.1.	Factores Políticos	35
2.1.2.	Factores Legales	36
2.2.	FACTORES ECONÓMICOS	39
2.2.1.	Economía de Bolivia	39
2.2.2.	Economía de Tarija	42
2.3.	FACTORES SOCIALES Y DEMOGRÁFICOS	44
2.3.1.	Factores Sociales	44
2.3.2.	Factores Demográficos	46
2.4.	FACTORES TECNOLÓGICOS	49

CAPÍTULO III: MICROENTORNO

3.1. INTRODUCCIÓN	53
3.2. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES	53
3.3. LA AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES	56
3.4. PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS.	60
3.5. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	65
3.6. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	65
3.7. GRÁFICO RESUMEN DE LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER	68

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS INTERNO

4.1. ANTECEDENTES	69
4.2. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL	69
4.2.1. Misión y Visión	69
4.2.2. Objetivos	70
4.2.3. Organización de Socios	70
4.2.4. Estructura	72
4.2.5. Niveles Jerárquicos	72
4.3. PERSONAL	75
4.3.1. Personal administrativo	75
4.3.2. Personal Docente	75
4.3.3. Personal de Limpieza y Jardinería	76
4.4. ANÁLISIS COMERCIAL	77
4.4.1. Producto o Servicio	77
4.4.2. Precio	79
4.4.2.1. Política de Precios	79
4.4.3. Plaza o Distribución	80
4.4.4. Promoción	81

4.5. PRODUCCIÓN	81
4.5.1. Capacidad	81
4.5.2. Asistencia – Año 2011	83
4.5.3. Infraestructura	84
4.5.4. Especialidades	85
4.5.4.1. Maternal	85
4.5.4.2. Nidito	92
4.5.4.3. Estimulación Temprana	97
4.5.4.4. Pre Kínder	102
4.5.5. Áreas Compartidas	106

CAPÍTULO V: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1. INTRODUCCIÓN	113
5.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	113
5.2.1. Objetivo General	113
5.2.2. Objetivos Específicos	113
5.3. ENCUESTA A CLIENTES	114
5.3.1. Determinación del Tamaño de la Muestra	114
5.3.2. Resultados	116
5.4. ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES	137
5.4.1. Determinación del Tamaño de la Muestra	137
5.4.2. Resultados	139
5.5. ANÁLISIS FODA	159
5.5.1. Análisis Interno	159
5.5.1.1. Fortalezas	159
5.5.1.2. Debilidades	159
5.5.2. Análisis Externo	159
5.5.2.1. Oportunidades	159
5.5.2.2. Amenazas	160

TERCERA PARTE: PROPUESTA

CAPÍTULO VI

6.1. INTRODUCCIÓN	161
6.2. VISIÓN	161
6.3. MISIÓN	162
6.4. PRINCIPIOS Y VALORES	162
6.5. ESTRATEGIAS	163
6.5.1. Estrategia Genérica	163
6.5.2. Objetivos Estratégicos	164
6.5.3. Desarrollo de los objetivos estratégicos	164
6.5.3.1. Objetivo N°1	164
6.5.3.2. Objetivo N°2	167
6.5.3.3. Objetivo N°3	169
6.5.4. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	172
6.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	173
6.6.1. Departamentalización	173
6.6.2. Organigrama	173
6.6.3. NIVELES ESTRATÉGICOS	175

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES	176
7.2. RECOMENDACIONES	178

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

