

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACION

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACION



IMPLEMENTACION DE UN PLAN ESTRATEGICO
PARA LA EMPRESA S&L S.R.L.

DOCENTE: M.S.C. LIC. LOURDES CADENA INFANTES

POSTULANTE: ROMINA CORTEZ GALARREGUI

Trabajo de Profesionalización presentado a consideración de la Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho” como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

Diciembre 2011
Tarija-Bolivia

"Giremos a la izquierda cuando la competencia gira a la derecha."

Clide Fessler

AGRADECIMIENTO:

A mi profesora guía Lic. Lourdes Cadena que me brindo todo su tiempo y conocimiento.

DEDICATORIA:

A Dios por darnos la vida.

A mis Padres por ser mis mejores consejeros
y haberme brindado su apoyo en los
momentos más importantes de mi vida.

V°B°

Msc.Lic. Lourdes Cadena
PROFESORA GUIA

Msc.Lic. Bernardo Muñoz
DECANO F.C.E.yF.

Msc.Lic. Victor Vargas
VI CE DECANO F.C.E.yF.

Msc.Lic. Waldo Gumiel
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO
ADM. Y ADM. APLICADA

TRIBUNAL

APROBADO POR:

Msc.Lic. Rosmery Fernández
TRIBUNAL

Msc. Lic. Franz Rodríguez
TRIBUNAL

INDICE

INTRODUCCIÓN

1	INTRODUCCION	¡Error! Marcador no definido.
2	JUSTIFICACION	¡Error! Marcador no definido.
3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	¡Error! Marcador no definido.
4	FORMULACION DE HIPOTESIS	¡Error! Marcador no definido.
5	OBJETIVOS	¡Error! Marcador no definido.
5.1	<i>Objetivo General</i>	¡Error! Marcador no definido.
5.2	<i>Objetivos Específicos</i>	¡Error! Marcador no definido.
6	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	¡Error! Marcador no definido.
7	ALCANCE DE LA INVESTIGACION	¡Error! Marcador no definido.
7.1	<i>Alcance Temporal</i>	¡Error! Marcador no definido.
7.2	<i>Alcance Espacial</i>	¡Error! Marcador no definido.

CAPITULO I MARCO TEORICO

1	Administración	¡Error! Marcador no definido.
1.1	<i>Importancia de la Administración en la Empresa</i>	¡Error! Marcador no definido.
2	Planeación	¡Error! Marcador no definido.
2.1	<i>Propósito de la Planeación</i>	¡Error! Marcador no definido.
3	Concepto de estrategia	¡Error! Marcador no definido.
3.1	<i>Importancia de la Estrategia</i>	¡Error! Marcador no definido.
4	Concepto de plan estratégico	¡Error! Marcador no definido.
4.1	<i>Utilización de un plan estratégico</i>	¡Error! Marcador no definido.
4.2	<i>Proceso de la Planeación Estratégica</i>	¡Error! Marcador no definido.
5	Análisis externo	¡Error! Marcador no definido.
6	Análisis interno u organizacional	¡Error! Marcador no definido.
7	Directrices estratégicas	¡Error! Marcador no definido.
7.1	<i>Misión</i>	¡Error! Marcador no definido.
7.2	<i>Visión</i>	¡Error! Marcador no definido.
7.3	<i>Objetivos</i>	¡Error! Marcador no definido.
7.4	<i>Estrategia</i>	¡Error! Marcador no definido.
8	Matriz FODA	¡Error! Marcador no definido.
9	Concepto de diseño organizacional	¡Error! Marcador no definido.
10	Niveles jerárquicos de la organización	¡Error! Marcador no definido.
10.1	<i>Nivel Institucional</i>	¡Error! Marcador no definido.
10.2	<i>Nivel Administrativo</i>	¡Error! Marcador no definido.
10.3	<i>Nivel Núcleo Técnico</i>	¡Error! Marcador no definido.
11	Elementos claves para un diseño organizacional	¡Error! Marcador no definido.
12	Definición de estructura organizativa	¡Error! Marcador no definido.
13	Implantación y puesta en práctica de estrategias	¡Error! Marcador no definido.
14	Marketing	¡Error! Marcador no definido.
14.1	<i>Concepto de Marketing</i>	¡Error! Marcador no definido.
14.2	<i>Importancia del marketing</i>	¡Error! Marcador no definido.
14.3	<i>Clasificación del Marketing</i>	¡Error! Marcador no definido.
14.3.1	<i>Marketing Operativo</i>	¡Error! Marcador no definido.
14.3.2	<i>Marketing estratégico</i>	¡Error! Marcador no definido.

CAPITULO II DIAGNÓSTICO

2 ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	¡Error! Marcador no definido.
2.1 <i>Análisis Poblacional</i>	¡Error! Marcador no definido.
2.2 <i>Análisis Económico</i>	¡Error! Marcador no definido.
2.2.1 PIB (Producto Interno Bruto).....	¡Error! Marcador no definido.
2.2.2 PIB per cápita.....	¡Error! Marcador no definido.
2.3 <i>Análisis Político</i>	¡Error! Marcador no definido.
2.4 <i>Análisis Legal</i>	¡Error! Marcador no definido.
2.4.1 Ley General de Aduana (Ley N° 1990 de 28 de julio de 1999)	¡Error! Marcador no definido.
2.4.2 Código del Comercio (25-Febrero-1977).....	¡Error! Marcador no definido.
2.4.3 Ley general del trabajador (D. S. 224 de 23 de Agosto de 1943).....	¡Error! Marcador no definido.
2.5 <i>Análisis Socio Cultural</i>	¡Error! Marcador no definido.
2.6 <i>Análisis Tecnológico</i>	¡Error! Marcador no definido.
2.7 <i>Análisis de la industria (las cinco fuerzas de Porter)</i>	¡Error! Marcador no definido.
2.7.1 Amenazas de entrada.....	¡Error! Marcador no definido.
2.7.2 El poder de negociación de los consumidores.....	¡Error! Marcador no definido.
2.7.3 El poder de negociación de los proveedores.....	¡Error! Marcador no definido.
2.7.4 La amenaza de productos sustitutos.....	¡Error! Marcador no definido.
2.7.5 La rivalidad entre competidores.....	¡Error! Marcador no definido.
3 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	¡Error! Marcador no definido.
3.1 <i>Investigación de mercados</i>	¡Error! Marcador no definido.
3.2 <i>Objetivos</i>	¡Error! Marcador no definido.
3.2.1 Objetivo general.....	¡Error! Marcador no definido.
3.2.2 Objetivos específicos.....	¡Error! Marcador no definido.
3.3 <i>Diseño de muestra</i>	¡Error! Marcador no definido.
3.3.1 Definición de la población meta de las familias.....	¡Error! Marcador no definido.
3.3.2 Determinación del tamaño de la muestra.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4 <i>Resultados</i>	¡Error! Marcador no definido.
3.4.1 Adquisición de productos para la construcción.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.2 Compra de accesorios de construcción en los últimos años.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.3 Tiendas comercializadoras de productos para el acabado. ¡Error! Marcador no definido.	
3.4.4 Indique dos tiendas de las adquiere accesorios de construcción.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.5 Mencione dos aspectos porque prefiere comprar en la tienda.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.6 Adquisición de la tienda S&L s.r.l.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.7 Calificación prestada por la empresa S&L S.R.L.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.8 Característica más valorada de la empresa S&L s.r.l.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.9 Característica que mas desagrada de la empresa S&L s.r.l.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.10 Medios de comunicación utilizados con mayor frecuencia¡Error! Marcador no definido.	
3.4.11 Género.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4.12 Edad.....	¡Error! Marcador no definido.
3.5 <i>Definición de la población meta de las empresas constructoras</i> ¡Error! Marcador no definido.	
3.5.1 Determinación del tamaño de la muestra.....	¡Error! Marcador no definido.
3.6 <i>Resultados</i>	¡Error! Marcador no definido.
3.6.1 Tienda de donde adquiere accesorios de construcción.....	¡Error! Marcador no definido.

3.6.2	Calificación del servicio prestado por la tienda.....	¡Error! Marcador no definido.
3.6.3	Que otras tiendas de accesorios de construcción conoce ..	¡Error! Marcador no definido.
3.6.4	Mencione dos aspectos por los que prefiere esta tienda....	¡Error! Marcador no definido.
3.6.5	Decisión de compra en cuanto a accesorios de construcción	¡Error! Marcador no definido.
3.6.6	Adquisición de la tienda S&L s.r.l.....	¡Error! Marcador no definido.
3.6.7	Calificación del servicio que presta la tienda S&L s.r.l. ..	¡Error! Marcador no definido.
3.6.8	Características valoradas de la empresa S&L s.r.l.	¡Error! Marcador no definido.
3.6.9	Características que desagradan de la empresa S&L s.r.l. ..	¡Error! Marcador no definido.
3.6.10	Señale dos medios de comunicación utilizados con frecuencia.....	¡Error! Marcador no definido.
3.6.11	Género.....	¡Error! Marcador no definido.
3.6.12	Edad	¡Error! Marcador no definido.
4	ANÁLISIS INTERNO DE LA EMPRESA	¡Error! Marcador no definido.
4.1	<i>La empresa</i>	¡Error! Marcador no definido.
4.1.1	Misión y Visión	¡Error! Marcador no definido.
4.1.2	Objetivos	¡Error! Marcador no definido.
4.1.3	Políticas.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.4	Área organizacional	¡Error! Marcador no definido.
4.1.5	Área de marketing.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.6	Mezcla comercial.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.6.1	Producto.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.6.2	Precio.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.6.3	Plaza	¡Error! Marcador no definido.
4.1.6.4	Promoción.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1.6.5	Publicidad	¡Error! Marcador no definido.
4.2	<i>Análisis FODA</i>	¡Error! Marcador no definido.

CAPITULO III PROPUESTA

3	PROPUESTAS PARA LA EMPRESA S&L	¡Error! Marcador no definido.
3.1	<i>Misión y visión de la empresa</i>	¡Error! Marcador no definido.
3.1.1	Misión	¡Error! Marcador no definido.
3.1.2	Visión.....	¡Error! Marcador no definido.
3.1.3	Valores	¡Error! Marcador no definido.
3.2	<i>Diseño organizacional</i>	¡Error! Marcador no definido.
3.2.1	Organigrama.....	¡Error! Marcador no definido.
3.2.2	Manual de Descripción de puestos	¡Error! Marcador no definido.
3.3	<i>Estrategias</i>	¡Error! Marcador no definido.
3.3.1	Estrategia Genérica	¡Error! Marcador no definido.
3.3.2	Objetivos Estratégicos	¡Error! Marcador no definido.
3.3.3	Desarrollo de los objetivos estratégicos	¡Error! Marcador no definido.
3.3.3.1	Estrategia N°1	¡Error! Marcador no definido.
3.3.3.2	Acciones para la estrategia.....	¡Error! Marcador no definido.
3.3.3.3	Estrategia N°2	¡Error! Marcador no definido.
3.3.3.4	Acciones estratégicas.....	¡Error! Marcador no definido.
3.3.3.5	Estrategia N°3	¡Error! Marcador no definido.
3.3.3.6	Acciones para la estrategia.....	¡Error! Marcador no definido.
3.4	<i>Cronograma de Implementación</i>	¡Error! Marcador no definido.
3.4.1	Cronograma de Actividades	¡Error! Marcador no definido.
3.4.2	Presupuesto Final.....	¡Error! Marcador no definido.

CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	¡Error! Marcador no definido.
4.1	<i>Conclusiones</i>	¡Error! Marcador no definido.
4.2	<i>Recomendaciones</i>	¡Error! Marcador no definido.
	BIBLIOGRAFÍA	¡Error! Marcador no definido.
	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla N° 1: Adquisición de productos para la construcción.....	61
Tabla N° 2: Compra de accesorios de construcción en los últimos años.....	62
Tabla N° 3: Tiendas dedicadas a la comercialización de productos para el Acabado de la construcción	63
Tabla N° 4: Indique dos tiendas de las adquiere accesorios de construcción	64
Tabla N° 5: Mencione dos aspectos por los que prefiere usted comprar en esa tienda	66
Tabla N° 6: Adquisición de la tienda S&L S.R.L	68
Tabla N° 7: Calificación prestada por la empresa S&L S.R.L.....	69
Tabla N° 8: Características más valorada de la empresa S&L S.R.L.....	70

Tabla N° 9:	Característica que más desagrada o disgusta de la empresa S&L S.R.L	71
Tabla N° 10:	Medios de comunicación utilizados con mayor frecuencia	72
Tabla N° 11:	Género.....	73
Tabla N° 12:	Edad.....	74
Tabla N° 13:	Tienda de donde adquiere accesorios de construcción	77
Tabla N° 14:	Calificación del servicio prestado por la tienda.....	78
Tabla N° 15:	Que otras tiendas dedicadas a la comercialización de accesorios de construcción conoce.....	79
Tabla N° 16:	Mencione dos aspectos por los que prefiere usted comprar en esta tienda	80
Tabla N° 17:	Decisión de compra en cuanto a accesorios de construcción.....	81
Tabla N° 18:	Adquisición de la tienda S&L S.R.L.....	82
Tabla N° 19:	Calificación del servicio que presta la tienda S&L S.R.L.....	83
Tabla N° 20:	Características valoradas de la empresa S&L S.R.L	84
Tabla N° 21:	Características que desagrada o disgusta de la empresa S&L S.R.L.....	85
Tabla N° 22:	Señale dos medios de comunicación utilizados con mayor frecuencia.....	86
Tabla N° 23:	Género	87
Tabla N° 24:	Edad.....	88

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 1: Población estimada de la Provincia Cercado	41
Cuadro N° 2: Indicadores demográficos estimados por departamento.....	42
Cuadro N° 3: Calidad de viviendas y calidad de construcción.....	43
Cuadro N° 4: Crecimiento del producto interno bruto.....	44
Cuadro N° 5: Estructura del PIB por tipo de gasto.....	44
Cuadro N° 6: Crecimiento del PIB por actividad económica.....	45
Cuadro N° 7: Incremento per cápita de Bolivia año (2000-2010).....	46
Cuadro N° 8: Calidad de construcción según departamento.....	49
Cuadro N° 9: Proveedores nacionales	54

Cuadro N° 10: Proveedores internacionales.....	54
Cuadro N° 11: Productos sustitutos.....	55
Cuadro N° 12: Servicios adicionales de la competencia.....	56
Cuadro N° 13: Publicidad en el diario Nuevo Sur.....	103
Cuadro N° 14: Publicidad en radio.....	104
Cuadro N° 15: Publicidad televisiva.....	105
Cuadro N° 16: Página web.....	106
Cuadro N° 17: Estrategia N° 1 Posicionamiento.....	107
Cuadro N° 18: Estrategia N° 3 Capacitación al personal de la empresa.....	110

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1:	Población estimada de la Provincia Cercado	118
Anexo 2:	Indicadores demográficos estimados por Departamentos (Años 2005-2015)	119
Anexo 3:	Calidad de vivienda de construcción según Departamento	120
Anexo 4:	Crecimiento del PIB	120
Anexo 5:	Materiales ofertados por la competencia.....	121
Anexo 6:	Encuesta dirigida a las familias	132
Anexo 7:	Empresas constructoras por ciudad	135
Anexo 8:	Encuestas dirigidas a las empresas constructoras	136
Anexo 9:	Cotización diario Nuevo Sur	138
Anexo 10:	Cotización radio Fides Tarija	139
Anexo 11:	Cotización canal 30 Red Unitel	140
Anexo 12:	Cotización empresa OD L 21	141
Anexo 13:	Cotización serigrafía EMMANUEL	142
Anexo 14:	Cotización MULTICOMUNICACIONES MOTO MENDEZ	143

