

ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN

**MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**Elaboración de un Plan Estratégico para la empresa
CORPORACIÓN EBERIA SAC de la ciudad de Trujillo para el
periodo 2022-2027**

**Trabajo de Investigación
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en
Administración de Negocios

Autores:

Bach. Rojas Pérez, Franco Raúl Gerardo (Grupo 3)
Bach. Rojas Neyra, Víctor Raúl Gerardo (Grupo 1)

Docente Guía:

Mg. Ernesto Alessandro Leo Rossi

TACNA – PERÚ

2022

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

TIN Franco Raúl Gerardo Rojas Perez

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	3%
2	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.epneumann.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
5	www.clubensayos.com Fuente de Internet	1%
6	prezi.com Fuente de Internet	<1%
7	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	core.ac.uk Fuente de Internet	<1%
9	Submitted to Escuela Politecnica Nacional Trabajo del estudiante	<1%

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	5
INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO I. ANTECEDENTES DE ESTUDIO	9
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.2.1. OBJETIVO GENERAL	11
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
1.3. METODOLOGÍA	11
1.4. JUSTIFICACIÓN	11
1.5. PRINCIPALES DEFINICIONES	12
1.6. ALCANCES Y LIMITACIONES	13
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	14
2.1. BASE TEÓRICA	14
2.2. CONCEPTUALIZACIÓN	16
CAPÍTULO III. MARCO REFERENCIAL	25
3.1. RESEÑA HISTÓRICA	25
3.2. FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	26
3.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL	26
3.4. PRODUCTOS	27
3.5. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL	28
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	30
4.1. MARCO METODOLÓGICO	30
4.2. REDISEÑO DE FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	32
4.2.1. VISIÓN	32
4.2.2. MISIÓN	33
4.2.3. VALORES	33

4.2.4.	ANÁLISIS DE VARIABLES PESTEL (PRESENTE Y FUTURO)	34
4.2.5.	FUERZAS DE PORTER	35
4.2.6.	CADENA DE VALOR	36
4.2.7.	MATRIZ FODA/CAME	42
4.3.	ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS	46
4.4.	MAPA ESTRATÉGICO	47
4.5.	TABLERO DE MANDO INTEGRAL (BALANCED SCORECARD)	49
	CAPÍTULO V. SUGERENCIAS	50
	CONCLUSIONES	55
	BIBLIOGRAFÍA	57

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. COMPONENTES PLAN ESTRATÉGICO	17
FIGURA 2. VARIABLES PESTEL.....	22
FIGURA 3. ORGANIGRAMA DE CORPORACIÓN EBERIA SAC.....	26
FIGURA 4. MAPA DE PROCESOS CORPORACIÓN EBERIA	27
FIGURA 5. DISEÑO Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS.....	30
FIGURA 6. ANÁLISIS PESTEL.....	35
FIGURA 7. EVALUACIÓN PESTEL.....	36
FIGURA 8. CADENA DE VALOR CORPORACIÓN EBERIA.....	37
FIGURA 9. MATRIZ CAME	45
FIGURA 10. MAPA ESTRATÉGICO	48
FIGURA 11. TABLERO DE MANDO INTEGRAL (BSC).....	49
FIGURA 12. METODOLOGÍA RECURSOS Y CAPACIDADES TRADICIONAL	52
FIGURA 13. RYC POR EMPRESA.....	53

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación se enfoca en la creación de un plan estratégico para una empresa embotelladora de agua de mesa ubicada en Trujillo – Perú. Se identificó que dicha empresa no posee herramientas de planeación estratégica, además de que no ha desarrollado información básica respecto a su dirección estratégica por lo que la elaboración de un plan estratégico es la herramienta más idónea para solucionar diversos problemas de gestión además de potenciar la rentabilidad de la empresa. Para efectos prácticos se procedió a realizar un análisis situacional de las condiciones internas y externas, y a partir de ello, se diseñaron y evaluaron estrategias. Finalmente, las estrategias evaluadas y seleccionadas son integradas en un cuadro de mando integral para facilitar y controlar su implementación y aplicación.

De este modo, se logra establecer estrategias, objetivos e indicadores de gestión clave. Se establecieron 03 indicadores para la perspectiva financiera, 05 indicadores para la perspectiva de clientes, 07 indicadores para la perspectiva de procesos internos y 04 indicadores para la perspectiva de aprendizaje y crecimiento. Con el establecimiento de estos indicadores y su posterior implementación y cumplimiento se espera una mejora en la dirección estratégica y por consiguiente, una mejora en la rentabilidad de la empresa.

INTRODUCCIÓN

La elaboración del presente plan estratégico, para la empresa objeto de estudio, tiene como finalidad facilitar el entendimiento organizacional de la misma, identificar sus áreas de mejora en cuanto a planeación estratégica, y, principalmente, trazar la ruta desde la situación actual hacia una situación futura mejora mediante el cumplimiento de los objetivos e indicadores claves. Dicha situación futura se traduce en una mejora de la rentabilidad económica – financiera, sostenida a través del cumplimiento del Plan Estratégico desarrollado.

Tal como se describe en los antecedentes del problema, se identificó una seria carencia de elementos y herramientas para gestionar la planificación estratégica de la empresa. Esto supone que no se mide ni controla el crecimiento del valor de la empresa y en consecuencia, la rentabilidad podría ser nula o negativa.

En ese sentido, se optó por la elaboración de un plan estratégico, puesto que es una herramienta poderosa y de amplio espectro ya que evalúa las condiciones internas y externas (entorno) de la empresa y el sector al que pertenece. Dada la amplia bibliografía y funcionalidad respecto al tema, el plan estratégico, es también considerado una de las herramientas estrellas por excelencia en la administración de negocios y su aplicación en el presente trabajo de investigación era la más idónea.

En el capítulo I del presente trabajo, se describe la problemática actual y su relación con el tema de estudio, la metodología empleada, así como los objetivos, definiciones y limitaciones halladas durante la investigación.

En el capítulo II, se desarrolla el marco teórico de la investigación; es decir, se identifican todos los conceptos y teorías previas al estudio que sirven de base bibliográfica y metodológica para poder dirigir y desarrollar la investigación.

En el capítulo III, se presenta el marco referencial, basado en la información básica de la empresa y toda información relevante para la realización de la investigación. Además, se incluye un diagnóstico organizacional general, el cual sirve como marco para los posteriores análisis.

En el capítulo IV se presenta el despliegue de la metodología planteada y se da cumplimiento a los objetivos establecidos en el primer capítulo. Los elementos desarrollados en este capítulo componen el contenido fundamental del plan estratégico.

Posteriormente se plantean las sugerencias, recomendaciones y conclusiones, las cuales se condicen con el cumplimiento de los objetivos y desarrollo de la investigación.