



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Académico Profesional De Administración

Tesis

**Plan estratégico para mejorar la gestión de
la empresa Celestial Touch – Chiclayo**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

Autores:

Bach. Martínez Riofrío, Jordy Gary

Bach. Silva Samamé, Kerly Eliseth

Pimentel, Agosto del 2016

Plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch
– Chiclayo

Aprobación de la tesis

Mg. Castañeada Gonzales, Jaime Laramie

Asesor metodólogo

Lic. Zapatel Arriaga, Luis Roger Rubén

Asesor especialista

Mg. Merino Núñez, Mirko

Presidente del jurado de tesis

Mg. Rosas Moreno, Julio Cesar

Secretario del jurado de tesis

Lic. Zapatel Arriaga, Luis Roger Rubén

Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

A dios por darnos la fuerza necesaria para salir siempre adelante.

A nuestros padres que con su amor y enseñanza han sembrado las virtudes que se necesitan para vivir con anhelo y felicidad, han sido el impulso durante nuestra carrera y el pilar principal para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional.

A nuestra familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional, gracias de todo corazón a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este trabajo.

Kerly Eliseth Silva Samame,
Jordy Gary Martínez Riofrío.

AGRADECIMIENTO

Al término de esta etapa nuestra vida, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a quienes con su ayuda, apoyo y comprensión me alentaron e inspiraron salir adelante y lograr culminar este sueño, concretarlo y convertirlo en tan bella realidad.

Y sabiendo que no existirá una mejor forma de agradecerles, que dejando impreso este trabajo como una especie de recordatorio inmortal de su apoyo.

De manera especial expresamos nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad Señor de Sipan por abrirnos sus puertas, y a los docentes universitarios por haberme socializado su conocimiento, con infinita gratitud al Mag. Castañeda Gonzales, Jaime Laramie y al Lic. Zapatel Arriaga, Luis Roger Ruben asesor metodólogo y asesor especialista de la tesis por guiar el presente trabajo y brindarme su tiempo y conocimiento.

Y naturalmente a Diego Fernando, por su incondicional ayuda a lo largo de nuestro trabajo.

INDICE

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION	20
1.1. Situación problemática	21
1.1.1. Contexto internacional.....	21
1.1.2. Contexto nacional	25
1.1.3. Contexto local.....	29
1.2. Formulación del problema.....	30
1.3. Delimitación de la investigación.....	30
1.4. Justificación e importancia.....	31
1.5. Limitaciones de la investigación.....	34
1.6. Objetivos de la investigación.....	34
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	35
2.1. Antecedentes de estudios:	36
2.2. Estado del arte.....	56
2.3. Bases teóricas científicas	62
2.3.1. Plan estratégico	62
2.3.2. Planificación estratégica	64
2.3.3. Planificación vs Prevención.....	64
2.3.4. Estrategia	65
2.3.6. Planificación del futuro de su empresa.....	65
2.3.7. Beneficios de porque realizar un plan estratégico	67
2.3.8. Para que es útil realizar un plan estratégico, 10 motivos	68
2.3.9. Errores o fracasos en el plan estratégico	69
2.3.10. Etapas en el proceso de elaboración del plan estratégico	70
2.3.11. Análisis de la situación externa.....	71
2.3.12. Análisis del entorno.....	71
2.3.13. Análisis del sector	72
2.3.14. Análisis de la situación interna.....	74
2.3.15. Cadena de valor	77
2.3.16. Diagnóstico de la situación.....	79
2.3.17. Sistema de objetivos corporativos	80

2.3.18.	Los objetivos estratégicos deben ser desplegados.....	83
2.3.19.	Definición del negocio.....	83
2.3.20.	La estrategia competitiva.....	84
2.3.21.	Estrategia de penetración:.....	84
2.3.22.	Estrategia de desarrollo de productos.....	84
2.3.23.	Estrategia de diversificación:.....	85
2.3.24.	Estrategia de desarrollo de nuevos mercados.....	85
2.3.25.	Estrategia de liderazgo de costos.....	85
2.3.26.	Alianza estrategias.....	85
2.3.27.	Estrategia de diferenciación.....	86
2.3.28.	Plan de acción.....	86
2.3.29.	Definición de gestión.....	87
2.3.29.1.	Planeación.....	88
2.3.29.2.	Organización.....	88
2.3.29.3.	Dirección.....	89
2.3.29.4.	Control.....	89
2.3.30.	Balanced score card.....	90
2.3.30.1.	Perspectiva Financiera.....	92
2.3.30.2.	Perspectiva del cliente.....	93
2.3.30.3.	Perspectiva del proceso interno.....	96
2.3.30.4.	La perspectiva de formación y crecimiento.....	97
2.3.	Definición de términos básicos.....	98
CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO.....		100
3.1.	Diseño, tipo de investigación.....	101
3.1.1.	Diseño de investigación.....	101
3.1.2.	Tipo de investigación.....	102
3.2.	Población y muestra.....	103
3.2.1.	Población.....	103
3.2.2.	Muestra.....	105
3.3.	Hipótesis.....	105
3.4.	Variable.....	106
3.5.	Operacionalización.....	107

3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos ...	117
3.6.1.	Métodos de investigación	117
3.6.2.	Técnicas de recolección de datos	117
3.6.3.	Instrumentos de recolección de datos	118
3.7.	Procedimiento para la recolección de datos	119
3.8.	Análisis estadísticos e interpretación de datos	119
3.9.	Principios éticos.....	120
3.10.	Criterios de científico.....	120
CAPITULO IV: ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS		
.....		125
4.1.	Resultados en tablas y gráfico	126
4.2.	Discusión de resultados	143
CAPITULO V: PROPUESTA DE LA INVESTIGACION		145
5.1.	Título	146
5.2.	Objetivo	146
5.3.	Análisis de la situación	146
5.3.1.	Análisis externo.....	146
5.3.1.1.	Análisis o evaluación externa (Análisis - PESTEC)	146
5.3.1.2.	Análisis del Micro entorno con 5 fuerzas competitivas.	164
5.3.2.	Evaluación interna	166
5.3.2.1.	Análisis interno con AMOFHIT y luego elaborar la MEFI	166
5.3.2.3.	Cadena de valor.....	180
5.4.	Diagnóstico de la situación	184
5.4.1.	Matriz DAFO	184
5.5.	Sistema de objetivos corporativos	187
5.5.1.	Misión	187
5.5.2.	Visión.....	187
5.3.3.	Valores.....	187
5.6.	Alianzas estratégicas	188
5.7.	Plan de actividades	193
CAPITULO		
VI:	195 Error!
Marcador no definido.		

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	195
CONCLUSIONES.....	196
RECOMENDACIONES.....	199
REFERENCIAS	201
ANEXOS	211

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Estado del arte variable plan estratégico.....	56
Tabla 2 Estado del arte variable gestión.....	59
Tabla 3 Muestreo estratificado por conveniencia.....	103
Tabla 4 Operacionalización de la variable gestión.	107
Tabla 5 Operacionalización de la variable plan estratégico.....	113
Tabla 6 Principios ético.....	120
Tabla 7 Criterios de rigor científico.....	122
Tabla 8 Nivel de satisfacción del cliente con los servicios del spa celestial touch.....	126
Tabla 9 Frecuencia de asistencia de clientes.....	127
Tabla 10 Tipo de pago que realiza cuando acude al spa.....	128
Tabla 11 Nivel de satisfacción en cuanto a los productos que ofrece la empresa.	129
Tabla 12 La infraestructura del spa es la adecuada para los clientes.	130
Tabla 13 Nivel de rentabilidad del spa celestia touch.	131
Tabla 14 Nivel de fidelidad de los clientes.....	132
Tabla 15 Nivel de estrategias del spa celestia touch.....	133
Tabla 16 Seguimiento a los clientes claves.....	134
Tabla 17 Nivel de innovación de los productos del spa.....	135
Tabla 18 Importancia de la innovacion para el spa celestia touch	136
Tabla 19 Nivel de tiempo que demora en realizar los servicios en el spa celestia touch.....	137
Tabla 20 Recoleccion de informacion despues de realizar la venta	138
Tabla 21 Nivel de garantía que brinda el spa celestia touch.....	139
Tabla 22 Reconocimiento del desempeño laboral.....	140
Tabla 23 Nivel de rotación de los empleados del spa celestia touch.....	141
Tabla 24 Nivel de innovación de maquinas en el spa celestia touch	142
Tabla 25 Análisis Pestec – MEFE.....	156
Tabla 26 Matriz MEFE.....	159
Tabla 27 Precios de los servicios ofrecidos.....	170
Tabla 28 Análisis Amofhit - MEFI.....	174
Tabla 29 Matriz MEFI.....	177

Tabla 30 Matriz DAFO	184
Tabla 31 Actividades del Plan estratégico.....	193

INDICE DE FIGURA

Figura 1 Ubicación del spa celestial touch.....	31
Figura 2 Planificación del futuro de su empresa	67
Figura 3 Análisis de la estructura competitiva del sector.....	74
Figura 4 Cadena de valor.	79
Figura 5 Equema.....	101
Figura 6 Nivel de satisfacción del cliente	126
Figura 7 Frecuencia de asistencia al spa	127
Figura 8 Tipo de pago.....	128
Figura 9 Nivel de satisfacción en cuantos a los productos	129
Figura 10 Infraestructura.....	130
Figura 11 Nivel de rentabilidad.....	131
Figura 12 Nivel de fidelidad	132
Figura 13 Nivel de estrategias	133
Figura 14 Seguimiento a los clientes	134
Figura 15 Nivel de innovación	135
Figura 16 Importancia de la innovación.....	136
Figura 17 Nivel de tiempo al realizar el servicio.....	137
Figura 18 Recolección de información	138
Figura 19 Nivel de garantía	139
Figura 20 Reconocimiento del desempeño laboral	140
Figura 21 Nivel de rotación de los empleados	141
Figura 22 Nivel de innovación	142
Figura 23 Lluvias que afectan a pobladores de Chiclayo.	147
Figura 24 Intervención de EPSEL frente a colapsos en José Leonardo Ortiz.	148
Figura 25 Pedido al presidente sobre aumento de sueldo mínimo y reactivación de la economía.	150
Figura 26 José Leonardo Ortiz se podría quedar sin FONCOMUN	151
Figura 27 Plataformas virtuales de servicio a internet	152
Figura 28 Obras inconclusas y el arrojo de basura.	154
Figura 29 Conciencias y cultura ambiental, para motivar el cuidado del medio ambiente.	155
Figura 30 Organigrama estructural del spa celestial touch.	167
Figura 31 Logo de salón spa celestial touch.....	169
Figura 32 Servicios que ofrece celestial touch	170
Figura 33 Ubicación del spa celestial touch.....	172

Figura 34 Cadena de valor.	184
Figura 35 Modelo de una alianza estrategica	188

RESUMEN

La presente investigación, "Plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Spa Celestial Touch tiene como principal objetivo proponer un plan estratégico que permita mejorar la gestión del Spa, mediante la formulación, implementación y desarrollo de estrategias, con lo cual puede ser capaz que la empresa de tener una dirección estratégica de a donde se quiere dirigir y cual serán sus planes a futuros.

La presentación de acciones se realizó con el apoyo de la herramienta del Balanced Score Card, para lo cual se realizó un análisis de la perspectiva financiera, donde fue analizado el crecimiento y diversificación de ingresos. A su vez, la perspectiva del cliente donde se analizó el nivel de satisfacción, fidelidad, compras y retención con el cliente. Por otra parte, la perspectiva del proceso interno, donde se analizó el nivel de innovación, procesos de operación y el servicio pos venta. Finalmente, la perspectiva de aprendizaje y crecimiento, donde se analizó la satisfacción, retención, infraestructura y a la tecnología, tanto del empleado como de la empresa.

Luego de analizar la gestión se desarrolló la propuesta de un plan estratégico, en la cual se hizo un análisis de la situación interna e externa, luego se diagnosticó la situación de la empresa a través de la matriz DAFO y luego se planteó los sistema de objetivos corporativos para la empresa, en el cual se identifican todo los trabajadores del spa y por último se llevó a cabo las alianzas estratégicas por parte de la empresa.

Finalmente se llegó a la conclusión que el plan estratégico propuesto si mejorará la gestión, dado que después del análisis realizado se pudo observar que tiene una mala gestión.

Palabras clave: Cuadro de mando integral, estrategias, gestión.

ABSTRACT

This research, "Strategic Plan to improve the management of the company Spa Heavenly Touch's main objective is to propose a strategic plan to improve the management of the Spa through the formulation , implementation and development of strategies , which may be able to the company have a strategic direction to where you want to run and what are their future plans .

The presentation of shares was carried out with the support of the tool Balanced Score Card, for which an analysis of the financial perspective, where it was analyzed the growth and diversification of income was made. In turn, the customer perspective where the level of satisfaction, loyalty, purchasing and customer retention analyzed.

Moreover, the internal process perspective, where the level of innovation, operational processes and after sales service was analyzed. Finally, the learning and growth perspective, where satisfaction, retention, infrastructure and technology, both the employee and the company was analyzed.

After analyzing the management's proposal for a strategic plan, in which an analysis of the internal and external situation was developed , then the situation of the company is diagnosed through the SWOT matrix and then the system target raised corporate for the company, in which all workers in the spa are identified and finally carried out strategic alliances by the company.

Finally it was concluded that if the proposed strategic plan to enhance management, since after analysis it was observed that has mismanagement.

Keywords: Balanced Scorecard, strategy, management.

INTRODUCCION

La gestión en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un negocio debido a que de ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio o empresa.

Es importante que se tenga en cuenta que con el pasar de los años es mucha la competencia que se nos presenta por lo que siempre debemos estar informados de cómo realizarla de manera correcta. La gestión es un proceso que consiste básicamente en organizar, coordinar y controlar además de que es considerada un arte en el mundo de las finanzas.

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, esto planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores. Ha de destacarse que el presupuesto refleja el resultado obtenido de la aplicación de los planes estratégicos, es de considerarse que es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las empresas.

También es importante señalar que la empresa debe precisar con exactitud y cuidado la misión que se va regir la empresa, la misión es fundamental, ya que esta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y va a suministrar a los consumidores.

El desarrollo de un plan estratégico produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que redundará en eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para los miembros de la

organización. El solo hecho, demostrado por muchos estudios, de establecer una visión, definir la misión, planificar y determinar objetivos, influye positivamente en el desempeño de la institución.

La planificación estratégica permite pensar en el futuro, visualizar nuevas oportunidades y amenazas, enfocar la misión de la organización y orientar de manera efectiva el rumbo de una organización, facilitando la acción innovadora de dirección y liderazgo. La planificación estratégica es una manera intencional y coordinada de enfrentar la mayoría de los problemas críticos, intentando resolverlos en su conjunto y proporcionando un marco útil para afrontar decisiones, anticipando e identificando nuevas demandas.

La presente investigación tiene relevancia en el campo de la gestión y como mejorarla, por cuanto se ha realizado un estudio para establecer la realidad en que viene operando el spa Celestial Touch, el cual nos dio como resultado que el Spa tiene una mala gestión y no cuenta con un plan estratégico, por lo tanto la propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión a través del Balance Score Card, si mejorara la gestión de la empresa en mención.

Por ello este trabajo investigativo está dividido en VI capítulos.

El capítulo I contiene el problema de la investigación del estudio a través de establecer los antecedentes teóricos.

El capítulo II contiene la fundamentación teórica del estudio a través del marco teórico.

El capítulo III contiene el marco metodológico el cual está compuesto por tipo, diseño, operacionalización, etc.

El capítulo IV contiene los análisis e interpretación de los resultados; donde se muestra las tablas, gráficos y discusión de resultados.

El capítulo V se presenta la propuesta para la mejora de la gestión de la empresa, donde se desarrollara todo lo establecido en el marco teórico.

El capítulo VI se detalla la exposición de las conclusiones a las que se ha llegado tras el trabajo de investigación y el trabajo de campo, así como se plantean las recomendaciones.

PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. Situación problemática

1.1.1. Contexto internacional

Triviño, K. L. (2012). Determina que los museos están obligados a competir por su público y por recursos para su auto sostenimiento, como cualquier otra empresa. Aquellos que no hacen más que esperar ayudas gubernamentales son los primeros en quedar obsoletos y desaparecer.

En el caso del museo arqueológico Casa del Marques de San Jorge lo cual se implementó un Plan estratégico de mercadeo que mejore la productividad, competitividad y reposicione el museo, insertándolo en la oferta turística y cultural de la localidad de La Candelaria y la ciudad de Bogotá. Para hacer esto posible se estudió primero el macro entornó y el micro entornó. Permite vincular la comunidad a las estrategias de la entidad y crear alianzas con otras instituciones culturales y educativas, alcanzando un posicionamiento en el mercado.

Según Fernández-Lambert, G., Ortiz Flores, F., Martínez-Mendoza, E., & Enrique García-Santamaría, L. (2013). Plantea la aplicación del árbol de medios y metas como una técnica que ayuda a identificar los objetivos y acciones para elaborar un plan estratégico de una cadena de farmacias la zona norte del Estado de Veracruz, la cual paulatinamente, y que durante los últimos cinco años ha experimentado una reducción de sus ingresos.

Según Porcaro, D. (2011). En su análisis menciona qué la economía mundial es el eje principal y sustancial de los grandes ingresos económicos en diferentes países, muchos más en

países desarrollados que han generado una estabilidad social, la infraestructura ha sido el sector que mayores ingresos ha generado en los países europeos y países latinoamericanos de la industria, el sector tiene crecimientos que genera buenos estándares de vida para la población a la vez infraestructuras que permitan superar las expectativas de la entidades contratante.

En el análisis empresarial el sector construcción es muy importante, las oportunidades que demanda el sector, generara mayores crecimientos a muchas empresas dedicadas a este sector a la vez grandes inversiones de países europeos en infraestructura y economía donde permitan crecimiento y desarrollo.

Brakus, Schmitt y Zarantonello, (citado por Fernández, S. y Delgado, B. 2011). Determino que la utilización de la marca como una estrategia de diferenciación permite adoptar una dimensión experiencial. El objetivo del presente trabajo fue demostrar el interés que tiene para una empresa poseer una marca experiencial y así hacerse conocer en el mercado. De esto modo, se adapta la escala desarrollada de los conocimientos en las marcas registradas y reconocidas en el sector en el que se desempeñan. Para la realización de este estudio recogieron, a través de un cuestionario, 278 observaciones de quince marcas pertenecientes a once categorías del producto. Donde los resultados muestran efectos positivos de la experiencia que marca sobre el capital de marca, la comunicación boca-oreja y la identificación marca-consumidor permitiendo así el reconocimiento de la empresa.

Según Victoria-Mas, M., & Lacasa-Mas, I. (2015). Determine que las empresas de prensa han extendido sus marcas gracias a las oportunidades de distribución de contenidos que los nuevos medios les ofrecen. El valor de sus marcas constituye su principal ventaja competitiva. Sin embargo, la mayoría de ellas no gestionan ese activo.

Para lograr valor de marca, los expertos destacan la necesidad de que la gestión de la comunicación sea integral y estratégica, Por un lado una gestión integral de la comunicación interna y externa permite que todas las actividades comunicativas contribuyan a divulgar de modo coherente la identidad y la misión de la empresa. Por otro lado una gestión estratégica implica alinear las actividades comunicativas y directivas de la empresa, lo cual facilita que las estrategias corporativas y la identidad y misión que se comunican sean coherentes.

Rial, B. M., Cancela Carral, J. M., & Ipinasa, V. G. (2014). Determina que ante la inexistencia de un instrumento que evalúe la gestión de calidad en federaciones deportivas se diseñó el Cuestionario de evaluación de la gestión de calidad en entidades deportivas, EGCED fundamentado en el Modelo EFQM (European Foundation Quality Management).

La gestión de la calidad se presenta hoy en día como una estrategia de dirección y gestión, siendo una herramienta clave para la mejora y el éxito de las organizaciones deportivas. El Modelo EFQM es uno de los sistemas de gestión de calidad de mayor incidencia y aplicabilidad en el sector servicios y cada vez más en el contexto deportivo. Dentro de sus formas de

aplicación la encuesta es una técnica de obtención de datos fácil y rápida que no requiere un conocimiento muy preciso. En lo cual permite determinar los puntos fuertes, intermedios y débiles a mantener o reajustar y proponer estrategias de actuación para mejorar la gestión de la entidad.

Gutierrez López, C., Mauriz, J. L., & Culebras, J. (2015). Determina que el diseño del CMI (cuadro de mando integral) en el sector sanitario público corresponde, con carácter general, a las propuestas elaboradas para entidades sin ánimo de lucro, en las que las prioridades y el objetivo final se modifican. Además, como prestadores de servicios de salud, estas entidades deben dedicar especial atención a indicadores de calidad asistencial y resultados clínicos.

La eficiente implantación del cuadro de mando integral permitirá el seguimiento y la monitorización de los principales indicadores de la actividad sanitaria. El CMI ha pasado de ser un sistema de indicadores a un modelo de gestión y control, así como de aprendizaje.

Según Ortiz-Pérez, A., Funzy-Chimpolo, J. M., Pérez-Campaña, M., & Velázquez-Zaldívar, R. (2015). Establece que cada día el término integración adquiere mayor relevancia y es una tendencia actual en las organizaciones integrar sus sistemas de gestión. En este contexto la gestión integrada de los procesos en universidades es esencial para satisfacer las demandas de la sociedad, donde la educación superior se establece la necesidad de que cada universidad tenga diseñado su sistema de gestión orientado a la integración de los procesos.

Lo cual se quiere aplicar en la Universidad Oscar Lucero Moya de Holguín - Cuba, se deben identificar los procesos estratégicos, sustantivos y de apoyo, y diseñar el mapa general de procesos, donde constituyan de guía metodológica para evaluar el nivel de integración.

1.1.2. Contexto nacional

El organismo supervisor y contrataciones del estado (2011). Determino lo importante que debe tener un gobierno es una visión futuro, que permita a la sociedad a obtener buenos estándares de vida a la población, determinan que un factor importante para el crecimiento del país es el sector construcción donde las contrataciones de obras públicas deben proporcionar estándares de alta calidad a las población.

Se debe tener, ética e imparcialidad al momento de las contrataciones de las obras públicas ya que las constructoras deben cumplir con requisitos para ser contratadas por el estado, entre ellos la más principal, el tiempo de experiencia que tiene en el sector para realizar expediente y ejecución de obra. El gobierno debe contar con acuerdos y estándares de calidad internacionales y debe realizarse de manera transparente, eficiente y confiable.

Rojas, A. C. (2011). Determina que actualmente, la minería representa una significativa fuente de divisas para el Perú; sin embargo, ha pasado por épocas de crisis debido, principalmente, a la baja cotización de los metales. Muchas empresas internacionales que invirtieron en la gran minería

podieron superar las etapas difíciles por el respaldo financiero de sus casas matrices o de entidades financieras internacionales, así como por el aprovechamiento de economías de escala. Lo que significó que algunas empresas que invirtieron ya sea pequeñas y medianas empresas mineras tuvieron que cerrar sus operaciones debido que no tomaron en cuenta los factores externos y cambiantes del entorno en los que viven día a día lo que ocasiona efectos negativos.

Esto es un actor muy importante que se debe tomar en cuenta en el plan estratégico, porque si no puede ir en contra de nosotros.

Hugo, V. M., Rosario, I. R., & Joel, M. T. (2011). Determina que el Perú cuenta con la mayor población mundial de alpacas. Estimándose el año 2007 una cantidad de 3445,154, las características particulares de esta especie, como adaptabilidad, rusticidad, fibra fina de origen natural, carne con bajo colesterol; ha despertado el interés de otros países para su crianza y producción. Lo que en la región de puno y a nivel nacional se ha realizado una investigación para detectar los puntos críticos por donde se ejerce el contrabando de estos camélidos, llevándolos a otros países los cual es algo ilegal.

Donde se ha llevado acabo formular, aprobar y ejecutar estrategias de lucha en contra del contrabando de las alpacas, se realizó campañas de sensibilización a los productores, considerando dentro de las capacitaciones como un tema obligatorio el contrabando de alpacas.

Según Gómez, F. G., & Matuk, S. (2012). Se recogió algunos datos sociodemográficos de los adultos mayores del Perú, y en concreto de Arequipa, que son pertinentes a la hora de dar cuenta del Proyecto de «Formación de Adultos para la creación de micro-empresas en el Perú».

Lo fundamental son las nuevas iniciativas que se proponen que pueden resultar de un gran impacto social a la hora de proporcionar ejemplos de desarrollo autóctono y de participación de los adultos mayores en el desarrollo económico del Perú. Lo que muchos pequeños empresarios colocan sus negocios sin antes haber hecho un estudio de mercado o una planificación, lo cual invierten capital que luego esperan ser recuperados en sus ganancias, pero esto no suele ser así

Muchas veces por no haber hecho una segmentación de mercado para ver quienes van hacer sus clientes o la ubicación demográfica del local suelen ser factores negativos para estos. Lo recomendable es recibir un asesoramiento de expertos para el desarrollo de su negocio.

Ministerio de agricultura capacitara a productores de Cusco en gestión empresarial y asociatividad (2011). Donde se establece que los 40 agricultores procedentes de Cusco se les realizo un taller donde se les brindo la información sobre los productos que actualmente el Mercado demanda, su presentación y estándares de calidad para que puedan tener oportunidades de negocios, para ello esos agricultores se pueden asociar para que sean más competitivos y puedan salir adelante.

Paredes (2011), investigo en América Latina está integrada por países que mantienen economías distintas, en la que unos se han desarrollado más que otros debido a gestión eficientes por parte de sus gobiernos, unido a la evolución constante de sus empresas que buscan mejorar la gestión por procesos y ser productivas como el caso de Brasil, Chile, Perú, pero no así, Venezuela, Ecuador, Bolivia, que posees modelos independientes muy marcadas incidiendo en el camino del desarrollo empresarial y en el país mismo.

Pese a que cada país tiene su propia idiosincrasia, en general, todos van ser seriamente golpeados por la crisis económica mundial, disminuyendo sus exportaciones, en este caso lo más atados al mercado norteamericano, como los textiles, y sectores enfocados a la exportación, como acero y otros insumos minerales, también reflejara la disminución de la demanda mundial.

Para fomentar una buena gestión de procesos es necesario que las autoridades, presidente o gobernantes, apliquen la mejora continua para las actividades ya que estas van a repercutir en las empresas, debido a la crisis económica mundial, de igual modo es impórtate estar preparado para poder afrontar, y disminuir el riesgo, es este caso empresas como molinos se verían afectadas drásticamente por las diferentes exportación e importaciones de arroz.

1.1.3. Contexto local

En el distrito de José Leonardo Ortiz, Urb. Latina se han aperturado distintos Salón - Spa y para los pobladores es beneficioso sin embargo la competitividad es mayor por lo tanto algunas empresas y organizaciones ya cuentan con un plan estratégico y amplios conocimientos sobre direcciones estratégicas de negocio, lo que les permite seguir creciendo, hoy en día las empresas han optado por aplicar adecuadas estrategias para alcanzar sus objetivos a corto, mediano y largo plazo que permitan el crecimiento de la empresa.

Sin embargo el Salón – Spa, Celestial Touch carece de un plan estratégico por lo que no sabe hacia dónde ir, que es lo que quiere, lo cual presente un problema en su gestión, ya que esta empresa trabaja del día a día sin importar que tenga clientes o no, ante esto la empresa no está preparada para subsistir ante cualquier dificultad, además no tiene un direccionamiento.

Por lo tanto es indispensable proponer un plan estratégico para mejorar la gestión empresarial, enfocadas a las exigencias y expectativas de los clientes, para satisfacer sus necesidades. En la empresa Celestial Touch, se ha detectado la falta de un plan estratégico lo que ha ocasionado la limitada captación de clientes.

Celestial Touch no cuenta con manuales de gestión que les ayude a dirigir sus acciones empresariales a un fin determinado. La cual está perdiendo oportunidades en este sector que está creciendo rápidamente, en el distrito de José Leonardo Ortiz, lo cual puede traer factores negativos a la empresa como una baja

rentabilidad, no pueda recuperar su capital invertido, llevarlo al cierre del local, etc. No toma en cuenta el poder e importancia que posee la visión estratégica y la elaboración estructurada del planeamiento estratégico, un plan estratégico es la herramienta más importante para el éxito de la organización, hemos considerado por esto que sería interesante conocer si esta herramienta puede dar aportes y mejore la gestión de la empresa.

Dentro del mercado chiclayano, son múltiples las variables que intervienen en el éxito de una organización determinada. En el cual la competencia es cada vez más intensa, es necesario emplear correctamente las distintas herramientas que el plan estratégico ofrece para conseguir la deseada presencia en el mercado.

1.2. Formulación del problema.

¿De qué manera la propuesta de un plan estratégico mejorará la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo?

1.3. Delimitación de la investigación

Spa Celestial Touch, se encuentra en el departamento de Lambayeque, capital Chiclayo, distrito de José Leonardo Ortiz; Avenida Saenz Peña N°2266 – Urbanización Latina.

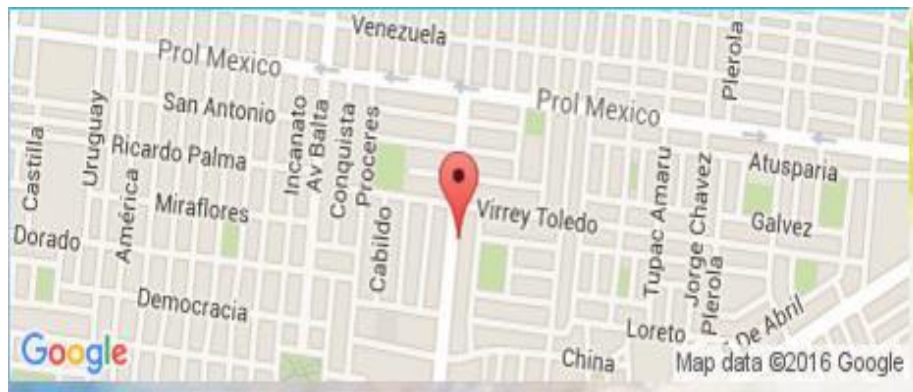


Figura 1 Ubicación del spa celestial touch.

Fuente: Google Maps.

1.4. Justificación e importancia.

La presente investigación tiene como finalidad implementar un plan estratégico en la empresa Celestial Touch – Chiclayo, para crear nuevos procesos que así puedan mejorar la gestión empresarial haciéndola más competitiva y rentable en su entorno económico es decir incrementando sus márgenes de ganancia, permitiéndole cubrir sus costos operativos a través de los recursos potenciales con los que cuenta.

Atendiendo a la necesidad de la misma el plan estratégico está orientado a incrementar la operacionalidad de la empresa de forma rentable, pretende servir como alternativa de búsqueda de estrategias orientadas a potencializar las operaciones comerciales.

En resumen, la aplicación de un plan estratégico resulta clave ya que este otorga beneficios a las empresas de este sector en temas tan importantes, como relación con los clientes ,el marketing, organización, servicios entre otras, convirtiéndose

así, en un instrumento ideal para generar calidad ,reducir costos y darle a la empresa una presencia dentro de los mercados globalizados.

Mediante este plan estratégico pretendo mejorar la gestión empresarial ya que considero que una elección adecuada de estrategias ya sean de precios o de posicionamiento puede hacer que el negocio sea más rentable.

Además, el desarrollo de este análisis y los resultados obtenidos pueden servir de modelos a otras pequeñas empresas para enfrentar sus propias coyunturas de crecimiento o supervivencia en el mercado.

Las salidas profesionales que nos plantean a los administradores son muchas y muy variadas pero la más ambiciosa y la que más ha llamado nuestra atención es plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch –Chiclayo 2015.

Según Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013) dice que justificar implica fundamentar las razones por las cuales se realiza la investigación es decir explicar por qué se realiza la investigación. La explicación de estas razones puede agruparse en teóricas, metodológicas, y sociales.

En la justificación teórica, esta investigación estará apoyada en base a las teorías de Kaplan, R. S, & Norton, D. E.; Sainz de Vicuña, J. M. y Hernández. S., Pulido. A.

En la justificación metodológica, esta investigación empleará técnicas de recolección de datos tales como la observación y las encuestas que se aplicarán a los colaboradores de la empresa, las cuales permitirán orientar el desarrollo del proceso de la investigación y que a su vez servirán como modelos para posteriores investigaciones el proceso referente a mi investigación, es indicar el uso de determinadas técnicas e instrumentos, en la presente investigación empleare la técnica de las encuestas con el fin de obtener resultados y el instrumento, será el cuestionario de preguntas, ya que el estudio de técnicas e instrumentos va a servir como modelo para futuras investigaciones.

En la justificación social, desde el punto de vista social, esta investigación se realiza a partir de una ausencia de un Plan estratégico lo cual mediante esto mejorara la Gestión de la empresa Celestial – Touch, a partir de esta investigación se podrá determinar los problemas existentes en dicha empresa.

Donde servirá de guía al gerente a conocer el grado de identificación y compromiso de sus miembros, los resultados pueden ayudar al personal a percibir todo lo referente a la institución, dar a conocer todos los aspectos del Plan estratégico a los trabajadores que laboran dentro de la empresa, si funcionan de manera exitosa y se encuentran comprometidos, servirá de base para la realización de futuros estudios referentes a la gestión empresarial.

1.5. Limitaciones de la investigación.

La investigación se desarrolló conforme estuvo programado.

1.6. Objetivos de la investigación.

Objetivo general

Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo 2015.

Objetivo específico

Diagnosticar la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo, mediante el Balanced Score Card:

Perspectiva financiera.

Perspectiva del cliente.

Perspectiva del proceso interno.

Perspectiva de aprendizaje y el crecimiento.

Elaborar un plan estratégico para la mejora en la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo.

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios:

García, F. J. (2011). En su tesis: "Diseño de un Plan Estratégico para una empresa Distribuidora de Repuestos para Vehículos, ubicada en Anaco Estado Anzoátegui. (Barcelona)".

En la compañía "Anaco Services Center C.A.", se planteó desarrollar un plan estratégico ya que no se había realizado una planificación formal de las actividades, lo que ocasiona un estancamiento de la empresa en cuanto a su participación en el mercado.

A lo largo de la ejecución del proyecto el plan se estructuró en base a la descripción del sistema actual, lo cual proporcionó conocer las diferentes actividades y metas de la empresa, permitiendo de esta forma realizar las acciones que conllevan el análisis estratégico, como fueron, la reformulación de la misión, la formulación de objetivos estratégicos, la realización de las auditorías externa e interna para determinar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, para luego realizar una formulación de estrategias y por último elaborar los planes de acción, que contribuirán al alcance de los objetivos estratégicos planteados.

Como resultado de la auditoría externa e interna se observó que la empresa se encuentra en condiciones aceptables, sin embargo el no contar con una planificación estratégica formalmente establecida acarrea que la empresa experimente un estancamiento en cuanto a su crecimiento en el mercado, de aquí la necesidad de establecer objetivos estratégicos, una vez

formulados los mismos se procedió a elaborar las estrategias para su cumplimiento, tomando en consideración las oportunidades y amenazas, fortalezas y debilidades con las cuales cuenta la empresa, luego de esto se elaboraron los planes de acción necesarios para implementar las estrategias formuladas.

Cano Del Castillo, A. F. y Cifuentes, D. A. (2011). En su tesis: "diseño e implementación de un plan estratégico para la empresa Disempack LTDA. (Bogotá)".

El proceso de la planeación estratégica es una responsabilidad de todos los miembros de la empresa y una tarea fundamental para llevar a cabo cualquier proceso de decisión. Los investigadores decidieron diseñar e implementar un plan estratégico para la empresa Disempack Ltda., empresa dedicada a la transformación de plásticos hace 5 años ubicada en la ciudad de Bogotá.

El objetivo de la investigación es lograr que la empresa implemente el plan estratégico, debido a que no es un secreto que el mercado es un mundo cambiante que busca innovaciones, es por esta razón que Disempack Ltda. Debe estar en continuo cambio para ofrecer sus productos y ser capaz de satisfacer a su público.

Bedoya, Y. M. y Domínguez, D. M. (2013). En su tesis: "propuesta de un plan estratégico para la empresa Fundelec LTDA para afrontar el impacto del TLC entre Colombia y Estados Unidos".

El objetivo principal de este trabajo es realizar una propuesta de un plan estratégico para la empresa fundelec LTDA que le permita afrontar y aprovechar el TLC entre Colombia y Estados Unidos. Y para el logro de dicho objetivo es necesario iniciar un proceso metodológico, que inicia dando a conocer la información general de la empresa, donde se detalla la forma de organización, los procesos, cargos, productos que ofrecen y tipos de nichos de mercado que atienden.

Durante el desarrollo de este trabajo de grado, se realizaron el análisis externo en las variables económicas, político-legales, sociales, geográficas y tecnológicas, como también el análisis de la situación actual de la empresa Fundelec Ltda. Frente al TLC Colombia – EEUU. Gracias a estos análisis se pudieron establecer los aspectos de mejora en que debe enfocarse la empresa, como también la incidencia de este importante tratado en las distintas variables del ambiente externo e interno en el direccionamiento estratégico de la compañía, para finalmente consolidar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la matriz DOFA, y la evaluación y replanteamiento de la misión y visión para el diseño de los objetivos y estrategias con su respectivo plan de acción.

Se analizaron las variables del entorno externo, en las que Fundelec Ltda. Tiene como oportunidades en incursionar en otros sectores como el de la construcción, acceder a maquinaria más económica, entre otras. En cuanto a las amenazas se encuentran la propiedad industrial, posibilidad de no acceder a otros mercados si no implementa sus estados financieros bajo las normas internacionales NIIF, la fuerte competencia de

empresas en el sector metalmecánico y de productos chinos. El plan de acción propuesto debe ejecutarse con el fin de afrontar el tratado.

Rodríguez, A. R. (2012). En su tesis “plan estratégico para empresa receptora de leche”. (Venezuela).

Como objetivo general de la tesis, se pretende desarrollar un Plan Estratégico para la empresa receptora de leche Venezolana Láctea de Portuguesa, CA. Esta empresa es parte del mercado de la comercialización y distribución de leche en el municipio Guanarito, estado Portuguesa de Venezuela. Fue fundada en el mes de Agosto de 2011, en una alianza con la compañía láctea Parmalat. Esta empresa internacional, aportó en comodato una parte importante de los activos fijos para el funcionamiento de esta PYME. En contraprestación, la PYME se compromete a cumplir con un cupo diario de leche a ser entregado a Parmalat, equivalente al total de su capacidad de producción.

A partir del Análisis FODA, en el que se establecieron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, se logró elaborar la misión, visión y valores. Estos tres elementos, apuntan a satisfacer las necesidades del cliente, perspectiva que no estaba contemplada en el desempeño operacional de la organización.

Por medio de la visión, es posible crear una estrategia de negocios que le permitirá a la organización competir de una manera eficaz. Se trata, principalmente, de una estrategia de diferenciación con miras a estrechar las relaciones con el cliente.

Una vez estipulada la estrategia de negocios, fue necesario concebir las respectivas estrategias funcionales que le permitieran a la empresa lograr los objetivos plasmados en el Mapa estratégico. Dentro de estas estrategias se encuentran: la de marketing, la de recursos humanos, la de operaciones y, finalmente, la de finanzas.

Ortego, N. L. (2013) en su tesis: “Gestión Administrativa del talento humano y su incidencia en las empresas publicas administradoras de agua potable en la provincia de Carchi “donde se investigó: el objetivo de ésta investigación fue analizar la gestión administrativa del Talento Humano para identificar el desempeño laboral de los empleados de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Tulcán EPMAPA – T con el propósito de poder implementar un Plan de Empowerment.

Una vez realizada la investigación de campo a los 87 integrantes de la empresa, se evidenció que la misma no cuenta con un plan de capacitación para sus empleados, ni tampoco con un programa de motivación personal, así como la falta de afianzamiento del trabajo en equipo entre los colaboradores, resaltando que en la actualidad toda organización debe prever estos aspectos para mantener a sus participantes empoderados con sus actividades diarias, es decir entregando un trabajo eficiente y eficaz.

Sautu, R. y Suarez, M. (2012). En su tesis “bases para un modelo de gestión en instituciones de educación superior estatales de ciencias económicas”.

La presente investigación consiste en estudio de casos, con una estrategia cualitativa focalizada en la gestión de cinco instituciones de educación superior de ciencias económicas pertenecientes a universidades incluidas entre las quinientas mejores del mundo según los “rankings” de la Universidad Jiao Tong de Shanghái, y el periódico The Times.

El inicio de la investigación se basó en la hipótesis de que la gestión de esas casas de estudio podría mejorarse utilizando criterios y herramientas probadas con éxito en otras áreas diferentes a la actividad universitaria.

Procesada esa información se realizó un resumen general con las correspondientes conclusiones, así fue posible obtener una visión de los sistemas de educación superior de cada país, sus entes de evaluación y acreditación, las formas de fijación e implementación las misiones de docencia, investigación y extensión, y los diferentes sistemas de gestión. Dicho material sirvió para establecer bases para el diseño de un modelo de gestión de instituciones similares.

Gómez, C. M. y Mendoza, L. K. (2013). En su tesis: “Modelo de gestión por competencias para la empresa ACMED S.A.S en el siguiente trabajo de investigación se trató, el modelo de gestión por competencias para el personal de la empresa ACMED S.A.S. de la ciudad de Cartagena utilizo la clasificación de la UNESCO, Edgar Morín y Mc Clelland quienes plantean que las competencias deben ser: Las del saber, saber hacer y ser.

Para su elaboración se aplicó un instrumento que permitiera conocer la descripción del cargo y posteriormente se analizó esto contra la clasificación seleccionada y se definieron los perfiles por competencias para cada cargo. Con esto se procedió a integrarlo con los procesos de selección, evaluación del desempeño y capacitación. Los beneficios para la empresa es poder gestionar, potenciar y desarrollar su talento humano, al poder implementarlo, para incrementar la eficacia y eficiencia organizacional.

López, J. C. (2012). En su tesis: "diseño, desarrollo y evaluación de un modelo de gestión del conocimiento para un colegio de educación primaria. El objetivo general de la investigación es diseñar la estructura de un modelo de Gestión del Conocimiento para un colegio de Educación Primaria. La metodología utilizada es cualitativa, se inscribe dentro de la metodología de investigación aplicada donde, a partir de la confrontación de la teoría con las condiciones específicas del objeto abordado y a través de la implementación de diferentes técnicas tanto de última generación como humanísticas, la observación sobre el terreno, aplicación de entrevistas, cuestionarios y análisis documental, se define el modelo de Gestión del Conocimiento.

Para el marco referencial se analizaron los conceptos de conocimiento, comunicación, Capital intelectual y Gestión del Conocimiento. La Gestión del Conocimiento en las instituciones escolares es un fenómeno poco investigado, de ahí la relevancia de analizar qué ventajas tendría su incorporación al ámbito educativo y a las organizaciones escolares.

El resultado de nuestra investigación ha sido diseñar, desarrollar, poner en práctica y evaluar un modelo de Gestión de Conocimiento en un colegio de Educación Primaria.

Valencia, E. (2011). Realizo la investigación denominada “propuesta de un plan estratégico para una cadena de video tiendas”. Universidad mayor de San Marcos llegando a las siguientes conclusiones. La planificación estratégica es una herramienta de la investigación operativa, basada en la teoría de sistemas que permite realizar un trabajo a largo plazo y a todo nivel con el fin de optimizar una organización en todos sus aspectos.

La planificación estratégica es aplicable a cualquier tipo de organización, incluyendo empresas de servicios como la que es objeto de estudio. La planificación estratégica implica el trabajo de equipos interdisciplinarios y herramientas propias de las disciplinas que participan en su elaboración e implantación.

El autor, Valencia Chinchayan Erick de esta investigación proponía elaborar un plan estratégico adecuado que permita a esta cadena de video tiendas conocer con mayor facilidad cuales con sus objetivos estratégicos, su análisis FODA, para de esta manera plantear recomendaciones que ayuden a mejorar la calidad de gestión y a incrementar la rentabilidad de esta cadena de video tiendas.

Retamozo, P. (2011). Realizo la investigación “planificación estratégica de la automatización de procesos administrativos, caso: oficina de servicio social de la oficina general de bienestar

universitario de la universidad nacional Mayor de San Marcos “, donde al finalizar su trabajo tiene consigo que la organización eficiente en la prestación de sus servicios requiere no solo de infraestructura y equipamiento adecuado, sino también en forma especial de un gerenciamiento estratégico apoyado por equipos de trabajo motivado y bien capacitado.

La jefatura de la oficina de servicio ha considerado positivamente el proceso de planificación estratégica, aceptándolo como una herramienta de análisis de su contexto y un proceso participativo, para establecer su visión a largo plazo, su misión, objetivos y considerar estrategias como las planteadas en el presente trabajo.

El nuevo sistema de información presentado puede considerarse como parte de un cambio organizacional planteado porque significa una nueva forma de brindar los servicios y trabajar en conjunto, además fue desarrollado en base a un proceso de planificación estratégica y forma parte de una de las estrategias planteadas por la oficina.

El autor a través de su investigación ha podido concluir que la aplicación de la planificación estratégica en la oficina de servicio social, ha permitido conocer con mayor claridad las fortalezas y debilidades de su realidad interna así como las oportunidades y amenazas de su ámbito externo. Lo cual posibilita plantear estrategias posibles que permitan minimizar las debilidades y amenazas y aprovechar al máximo sus oportunidades y fortalezas.

Vilca, J. L., & Castilla, F. W., Linares, E. y Domingues, J. C. (2012) en su tesis planeamiento estratégico para el sector de construcción del departamento de la libertad. El objetivo principal de esta tesis en Planeamiento Estratégico del Sector Construcción del Departamento de La Libertad es contribuir y promover la competitividad de las empresas del sector.

Para el logro de nuestra visión nos planteamos objetivos de corto plazo y de largo buscando impulsar la competitividad comprendida en lograr construcciones de calidad, eficiencia en la ejecución de los proyectos, incrementar el nivel de rentabilidad-

En la elaboración del análisis externo del sector se identificó las oportunidades de desarrollo que genera el sector construcción, destacando las expectativas de construcciones de conjuntos habitacionales, centros comerciales, inversión en infraestructura promovidas por el gobierno regional; en el análisis externo también se han identificado como posibles amenazas la recesión económica mundial. En el análisis interno y con la ayuda de especialistas profesionales en el sector se identificó que las empresas son lideradas por gerentes con buena capacidad de decisión gerencial, así también estas empresas cuentan con buena posición financiera.

Fasabi, K. I. (2014). En su tesis: “formulación de un plan estratégico turístico para el distrito de san Jerónimo de Surco que fomente su desarrollo turístico sostenible” llegando a las siguientes conclusiones:

El contenido del presente trabajo de investigación, titulado «Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de

San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible» tiene como objetivo elaborar un documento de trabajo que proporcione al distrito una visión más clara de su situación actual y propone las acciones más adecuadas que podrían poner en marcha a fin de responder a las necesidades de la población y de los visitantes, anticiparse a los cambios del entorno y mejorar la posición que han adquirido en el mercado turístico.

La importancia de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de Surco - Huarochirí, basado en las expectativas de los visitantes del lugar y las necesidades de la población, debe ser considerada una herramienta de gestión para la toma de decisiones a cargo de sus autoridades; además, permitiría orientar los recursos disponibles al cumplimiento de objetivos estratégicos, a medir el desempeño y a realizar acciones correctivas con la finalidad de fomentar el Desarrollo Turístico Sostenible de la localidad.

Prieto, M. I. (2012). En su tesis: "Influencia de la gestión del presupuesto por resultados en la calidad del gasto en las municipalidades del Perú (2006-2010)". Caso: Lima, Junín, Ancash.

Se obtuvo como principales resultados que, el presupuesto actual que administran las municipalidades, no resuelven los problemas sociales y que la implementación del presupuesto por resultados mejora la calidad del gasto público, mejorando los niveles de vida de la población, además que los recursos asignados a los gobiernos locales, resultan insuficientes para atender los problemas reales del país, una de las principales prioridades de

inversión del Presupuesto por Resultados es invertir en la desnutrición crónica y en la educación básica.

En resumen, el gasto público debe ser evaluado por su impacto social y no por la cantidad de recursos que gastan las municipalidades. Para el trabajo de campo, se consideró como muestra a las municipalidades de los Departamentos de Lima, Junín y Ancash. Como conclusiones, se llegó a lo siguiente: La aplicación del Presupuesto por resultados en las municipalidades del Perú, mejora la calidad del gasto público ya que ellos son destinados a favorecer los niveles de vida de la población.

La toma de decisiones con respecto al gasto público es considerada ineficiente, ya que generalmente éstas, se centran en los gastos de infraestructura y no en gastos que mejoren las condiciones de vida de la población.

Jiménez, H. (2013). En su tesis: “La gestión de interés en la administración pública Peruana “manifiesta que tiene como objetivo establecer las variables que contribuyen a que la gestión de intereses se constituya en un elemento que influya, como instrumento anticorrupción, en la práctica gerencial pública dentro del sistema democrático peruano.

El método utilizado para la realización de la investigación se ha centrado básicamente en el interpretativo sin olvidar algunos aspectos del método tradicional o cuantitativo. Para verificar la hipótesis, representada por la afirmación del objetivo mencionado, se ha recurrido a la encuesta y entrevistas, lográndose 80 respuestas al cuestionario por igual número de congresistas de la

República y la entrevista a 08 gerentes públicos de diversos ámbitos de la Administración Pública.

Se ha podido comprobar, que existen factores que hacen de la gestión de intereses una práctica gerencial a impulsar desde diversos ámbitos como la capacitación, mejora en su regulación, establecimiento de mejores y mayores controles en su implementación, entre otros.

Escudero, L. B. (2011) en su tesis; “Uso de la plataforma informática del personal del sector educación y su incidencia en la gestión administrativa de la educación pública de la región Callao 2010” en la cual se investigó el objetivo que oriento la presente investigación fue el determinar la incidencia que existe entre el uso eficiente de la plataforma informática vinculada a la administración de los recursos humanos en la mejora de la gestión administrativa con las dimensiones del sistema de racionalización- SIRA, el sistema de control de plazas o contratos- NEXUS, el sistema único de remuneraciones-SUP, el sistema de escalafón-SISE.

El marco teórico describe los antecedentes que se han podido obtener de investigaciones que traten sobre las variables estudiadas, y de la experiencia realizada en el ministerio de educación, de la misma manera; el señalar los enfoques de gestión que se ha tomado como base científica, las dimensiones de la gestión administrativa con la definición conceptual de términos que utilizamos durante la ejecución del estudio.

Finalmente, se concluye que existe incidencia significativa entre el uso de la plataforma informática, el SIRA, el NEXUS, el SUP, el SISE en la gestión administrativa en el sector público educativo. Llegando como conclusión final que para llegar a planificar, organizar, dirigir y controlar, los recursos humanos implica contar con herramientas informáticas (Harvard y software) que van a permitir controlar las plazas, registrar el historial laboral de los docentes, procesar las remuneraciones y presupuestar el financiamiento del pago de las remuneraciones.

Quispe, R., & Lama, M.A. (2012) Trujillo, en su tesis “Plan estratégico para mejorar la gestión en la municipalidad distrital de San Jacinto 2009”. Realizo un estudio de tipo descriptivo, transversal y de campo cuya población estuvo conformada por los trabajadores de la municipalidad distrital de San Jacinto quienes conformaron la muestra en su totalidad.

El objetivo principal de la investigación fue en la municipalidad donde concluye que en muchas instituciones el personal no tiene ni la mínima de lo que es un plan estratégico, ya que se han acostumbrado a trabajar sin metas, esperando que cada mes el supremo gobierno realice las transferencias correspondientes. Menciona que en la actualidad, el rol de conocimiento en las organizaciones ha cambiado debido a los nuevos vinculados asociados a la sociedad de la información y la nueva economía basada en el conocimiento.

Así mismo determina que el resultado de la investigación es mostrar los problemas con que se enfrenta el área de rentas de la municipalidad distrital de san Jacinto cuando los integrantes no

conocen los objetivos de la misma entidad. Por ultimo concluye que la encuesta determino que los trabajadores de la municipalidad distrital de San Jacinto muy pocos tienen conocimiento de lo que es una visión y misión de una entidad y solo un 23% tiene un conocimiento de ello.

Mio, L. M. y Tafur, L. M. (2011). En su tesis denominada "propuesta de un modelo de plan estratégico para el desarrollo organizacional y humano, de la empresa agroindustrial Pomalca S.A.A ". Universidad Señor de Sipan. En el presente trabajo los autores llegaron a las siguientes conclusiones. El plan estratégico de la empresa Agroindustrial Pomalca S.A, se convierte en una herramienta importante para la gestión de dicha organización, ya que rige sus actividades operacionales como administrativas, permitiendo realizarlas con la debida coordinación.

El plan estratégico nos brinda la oportunidad de tener un marco referencial empresarial pues nos permite reforzar la idea de ¿dónde queremos llegar? y ¿Cómo estamos para llegar?, permitiendo encontrar los objetivos estratégicos adecuados para cumplir con la visión y la misión de la empresa.

Esta investigación se realizó con la finalidad de crear un plan estratégico que permita el desarrollo organizacional y humano de la empresa proporcionando las guías de actuación y recomendaciones necesarias para la consecución de los objetivos trazados por el plan.

Vallejos, K. (2014). En su desarrollo la tesis denominada Plan Estratégico para la Gestión de limpieza pública del distrito de

Chiclayo, 2009; dicha investigación concluyó que los residuos sólidos generados en la ciudad de Chiclayo son manejados a través de la gestión de limpieza pública, cuya responsabilidad recae en la municipalidad provincial, la misma que no está siendo desarrollada adecuadamente debido a la inexistencia de un plan estratégico que integre los proyectos y acciones relacionadas a la gestión, reflejándose en el malestar colectivo de la ciudadanía y de los turistas que visitan la ciudad.

El objetivo de esta investigación fue diseñar un plan estratégico que mediante una metodología en base a encuestas dirigidas a los actores y grupos de interés y cuestionarios a los empleados de la municipalidad relacionados a la gestión de limpieza pública, se obtuvo como resultados un bajo nivel de satisfacción por el servicio de limpieza pública recibida así como una mínima participación y contribución por parte de los ciudadanos, resultando la carencia de una cultura ambiental urbana.

Baca, A. D., & Tello, J. M. (2012). En su tesis “planeamiento estratégico para la empresa de transportes Chiclayo S.A”; en el cual el objetivo general del estudio plantea: desarrollar un plan estratégico para la empresa de transportes Chiclayo S.A.

La metodología empleada en este trabajo de investigación es tipo descriptivo – explicativo; así mismo podemos referir algunas conclusiones que ellos formulen como: la administración de los recursos humanos, físicos y financieros es realizado en forma empírica.

La calidad del personal no es competitiva, su infraestructura no es adecuada, obsolescencia de sus unidades y no planifica y

controla sus recursos financieros .Por otro lado presenta algunas recomendaciones como: mejorar la calidad de servicio en términos de capacitación infraestructura, unidades modernas y atención de las necesidades de los usuarios.

Nuestro punto de vista con relación a este informe realizado en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, en la facultad de Ciencias Empresariales y Administración (FACEA) para obtener el título profesional de licenciado en Administración, es más por su metodología es un trabajo que solo se ha limitado a describir los resultados obtenidos a través de la aplicación de nuestras o fichas de observación y que en realidad no se ha concientizado en un 100% el objetivo planteado.

Carranza, E. D. (2012). En su tesis: “plan estratégico para mejorar la gestión de residuos sólidos en el distrito de Chiclayo 2012 en la cual el problema se definió en identificar los factores estratégicos que influirá para lograr una gestión socialmente responsable en el manejo de los residuos sólidos. Por tanto es importante invertir el escenario actual. Por lo expuesto, es propósito de la presente investigación proponer una herramienta que permita lograr una eficiente gestión.

La conclusión principal que se obtuvo de la presente investigación es que el ente responsable de la gestión del manejo de los residuos sólidos no viene administrando de la mejor forma sus factores estratégicos , la misma que se muestra principalmente en un débil liderazgo institucional; recomendando que dicho organismo debe optar por un comportamiento socialmente responsable , acogiendo factores estratégicos como liderazgo

,participación ciudadana y del sector informal cooperación , marco legal , sostenibilidad financiera y modernización para lograr una gestión adecuada e involucrar activamente a todos los actores .

Rojas, M., & Zuloeta, D. D. (2013). Desarrollaron un trabajo de investigación denominado “Programa de generación de recursos propios para mejorar la gestión administrativa y la calidad de la formación educativa que se imparte en el colegio militar Elías Aguirre del distrito de Pimentel –Chiclayo 2006”, con el fin de optar el título profesional de contador público en la universidad Señor de Sipan.

El objetivo de esta investigación fue implementar un programa de generación de recursos propios que permitan el logro de los objetivos trazados. El trabajo realizado es netamente descriptivo en cual arribaron a las siguientes conclusiones. Se han estructurado todo un diagnóstico completo tomándose en cuenta todos los elementos que participan en el colegio Militar, por otro lado se han propuesto políticas de mejoramiento para la generación de recursos propios en el colegio militar.

De acuerdo a las características encontradas en el diagnostico situacional de la institución con respecto a la gestión institucional, esta es inadecuada, siendo el problema principal causado por varios aspectos como el manejo de recursos financieros, recursos humanos y los propios de la gestión.

Así se ha considerado, debido a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los miembros de la institución sobre

evolución de expectativas con respecto al cambio y tipo de gestión que se puede implementar.

Lalangui, B (2012). Pimentel. En su tesis “plan estratégico para la mejora de la gestión administrativa en la empresa destilería Naylamp E.I.R.L basado en las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter, Chiclayo 2008”. La investigación es de tipo diagnóstico –proyectivo la cual está compuesta por un total de 13 personas que laboran en la empresa , dando como resultados la deficiente gestión administrativa y la falta de estrategias adecuadas está originando deficiencias internas y desconocimiento del mercado objetivo de la empresa , comprobando la necesidad de implementar un planteamiento estratégico basado en la incorporación de tecnología de la información ,controles de calidad estrictos y rediseños de estructura y procesos dentro de la destilería ,se ha empleado como técnica metodológica la entrevista ,análisis documental de las ventas y las técnicas de observación.

Concluye que la planeación que se realiza en la empresa es de manera intuitiva y empírica, sin ninguna evaluación previa de sus recursos y el ambiente, es decir toman las decisiones de acuerdo a como se presente y en algunos casos a la experiencia obtenida en el pasado misiones de docencia, investigación y extensión, y los diferentes sistemas de gestión. Dicho material sirvió para establecer bases para el diseño de un modelo de gestión de instituciones similares.

En la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo se encontró una Tesis realizada por Zeña L. (2011) titulada como

“Análisis de la gestión logística y condiciones de los supermercados y tiendas de electrodomésticos de Lambayeque para la instalación de un proveedor logístico de almacenamiento”,

Nace la problemática vista en la logística de las empresas comerciales de Lambayeque como supermercados y tienda de electrodomésticos, en la que el manejo de su almacén les genera una actividad más que requiere una inversión, debido a los cuidados que requiere, la cual sino es adecuadamente gestionada el proceso de la empresa será ineficientes debido a los grandes costos que le genera la gestión de su propio almacén; llegando a concluir que las empresas comerciales en general presentan sobrecostos logísticos.

En sus actividades diarias inmovilizan capital para gestionar copras, decepcionar, almacenar y despachar; realizan la contratación de almacenes en épocas de campaña porque exceden su capacidad de almacenaje, por otro lado, el control de la variabilidad es insuficiente y siempre se les presentan casos de sobrantes y sobre todo faltantes dentro del almacén.

Morales, E., & Palacios, V. (2015). Realizo la tesis titulada “Propuesta de un modelo de gestión para el restaurant EL HORNO en la ciudad de Chiclayo. El presente trabajo de investigación consiste en la elaboración de la propuesta de un modelo de gestión para el restaurant “El Horno” en la ciudad de Chiclayo, dado que su permanencia en el mercado ha sido resultado de la aplicación de estrategias flexibles y reactivas al entorno tan cambiante, enfocadas solo en vender, obtener

ganancias, mas no en una buena organización de su personal, procesos y sobre todo en atender de manera eficiente al cliente.

Esta situación estudiada nos permitió generar una propuesta basada un modelo de gestión que contenga una visión sistémica e integral de cada uno de sus procesos, realizando la investigación estructurada en capítulos.

2.2. Estado del arte

Tabla 1 Estado del arte variable plan estratégico.

AUTOR	TITULO	DESCRIPCION	AÑO
Monsalve, M.P. (2013)	“Propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa del área de la sub gerencia de desarrollo económico y promoción PYMES de la Municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz “	En esta investigación el objetivo fue: proponer un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa del área de la sub gerencia de desarrollo económico y promoción PYMES de la Municipalidad de J.L.O Se realiza un estudio de tipo descriptivo, donde se contó con una población de 28 trabajadores, los mismos que conforman la muestra de quienes se	2013

		<p>obtuvo la información a través del método de la encuesta utilizando como instrumento el cuestionario.</p>	
<p>Távora, R. (2013)</p>	<p>“Propuesta de un plan estratégico para la red de museos del centro histórico de lima “</p>	<p>Esta investigación propone un Plan Estratégico para la Red de museos del Centro Histórico de Lima por un periodo de 6 años. Para ello, inicialmente se examina y se estudia la situación de 25 redes museísticas en Sudamérica para diagnosticar y detectar los objetivos reales por los cuales se forman las redes museísticas. Luego se estudian los 36 museos que constituyen la Red del Centro Histórico de Lima para obtener un balance de su situación actual como red. Entre los principales hallazgos se revela que el 8% de los museos de</p>	<p>2013</p>

		<p>la Red no han suscrito convenios de cooperación y que de manera conjunta no realizan esfuerzos para generar y desarrollar actividades culturales. La inversión aproximada para la ejecución del plan es de S/. 94.220.00 nuevos soles.</p>	
<p>Távora, C.A.; Vásquez, L.J. (2014)</p>	<p>“Propuesta de un Plan Estratégico para mejorar la competitividad del servicio de la constructora INGCOOPER SAC, CHICLAYO”.</p>	<p>La presente investigación, tuvo por finalidad proponer un plan de estrategias de servicio para mejorar la competitividad de la constructora INGCOOPER SAC. La investigación es de carácter no experimental, con una muestra de 24 trabajadores .Se trabajó con un solo grupo de pre-test que consistió en aplicar un cuestionario en el cual se midió una variable, en la variable independiente fue</p>	<p>2014</p>

constante por la cual solo se estudió la variable dependiente correspondiente a competitividad que sus dimensiones fueron calidad, innovación, productividad, flexibilidad, marca, servicio.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Estado del arte variable gestión.

Quichca, G. (2013)	Relación entre la calidad de gestión administrativa y el desempeño docente según los estudiantes del I al VI ciclo 2010 - I del Instituto superior particular "La Pontificia" del distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho – Perú.	El presente es el informe final de una investigación de tipo descriptivo y correlacional Entre la calidad de Gestión Administrativa y el Desempeño Docente), el diseño es No Experimental, de corte transversal, este estudio no se limita a describir, sino que, además, nos permitirá inferir sus resultados hacia poblaciones mayores. El	2013
--------------------	---	--	------

objeto de estudio de la presente investigación es el estudio de la asociación que existe entre la Calidad de la Gestión Administrativa y el Desempeño Docente en Instituto Superior Particular “La Pontificia” del Distrito el Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho.

Guzmán, B.E. (2014) “Diseño de un sistema de gestión administrativa y financiera para los operadores que proporcionan el servicio de transporte comercial tipo taxi convencional de la ciudad de Cuenca” El presente estudio ayudara entre otros aspectos a conocer cómo manejar las compañías o cooperativas desde varias perspectivas tanto administrativas que ayudaran al correcto manejo organizacional, así como el manejo de estrategias para su funcionamiento, todo esto con el fin de encontrar soluciones a la problemática existente como la falta de

planificación y
coordinación.

Morales, E. & Palacios, V. (2015). "Propuesta de un modelo de gestión para el restaurant HORNO en la ciudad de Chiclayo" EL presente trabajo de investigación consiste en la elaboración de la propuesta de un modelo de gestión para el restaurant "El Horno" en la ciudad de Chiclayo, dado que su permanencia en el mercado ha sido resultado de la aplicación de estrategias flexibles y reactivas al entorno tan cambiante, enfocadas solo en vender, obtener ganancias, mas no en una buena organización de su personal, procesos y sobre todo en atender de manera eficiente al cliente.

2015

Fuente: Elaboración propia

2.3. Bases teóricas científicas

2.3.1. Plan estratégico

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010). El Plan estratégico es, no cabe duda, uno de esos términos “mágicos” de los que los directivos echan mano casi constantemente, aunque no siempre correctamente.

Pues hablar del Plan estratégico de la empresa, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge decisiones estratégicas corporativas que han adoptado “hoy” (es decir, en el momento que ha realizado la reflexión estratégica con su equipo de dirección), en referencia a lo que hará en los tres próximos años (horizonte más habitual del plan estratégico), para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés.

Casanova, V. J., Linares, J.M., Costa, A., Lurillo, M. y Hertel, E. (2010). La elaboración de un Plan Estratégico es un excelente ejercicio para trazar las líneas que marcarán el futuro de nuestra empresa. La decisión de elaborar uno es el primero y principal aspecto que demuestra que nuestra organización posee ese deseo de planificar, de crecer. Debemos ser capaces de diseñar el porvenir de la empresa y, lo que es más importante, transmitir estas pautas, contrastarlas y convencer al resto de los agentes que interactúan con la organización de cuál es el camino hacia el éxito.

Tanto en la vida personal como en el mundo de los negocios cualquier ausencia de planificación puede conducirnos irremediabilmente al caos y al fracaso.

Conocemos casos de negocios de alta rentabilidad y resultados óptimos que en un momento dado se estancan, entran en recesión e incluso en quiebra. ¿Es cosa del azar, de la mala suerte? ¿Se ha producido un cambio repentino en la demanda, en el mercado? ¿Podríamos haber previsto ese futuro a tiempo de cambiar las cosas? La evolución del mundo empresarial hacia una competencia cada vez más agresiva nos obliga a no conformarnos con mantenernos expectantes en el tiempo con una actitud reactiva, nos obliga a estar permanentemente alerta, de forma proactiva y con el deseo de progresar, crecer y ser más rentables, eficaces y competitivos; de otro modo estamos destinados al fracaso.

2.3.2. Planificación estratégica

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010). La planificación permite a las organizaciones participar en la construcción de su propio futuro, evitando quedar a merced de los avatares del mercado.

Cuando hablemos de “planificación estratégica, no debemos entenderla como una suma continuada de planes estratégicos, sino como un proceso que arranca con la aplicación de un método para obtener el plan estratégico y a partir de aquí, con un estilo de dirección que permite a la empresa mantener su posición competitiva dentro de un entorno en permanente y veloz cambio” (Cantera, 1989).

2.3.3. Planificación vs Prevención

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010). La prevención supone mirar hacia el futuro, intentando predecir lo que sucederá.

La planificación, en cambio, no se detiene en ese punto, sino que establece los medios necesarios para participar en la construcción de ese futuro.

Ejemplo; aunque cualquier madre le resulte difícil predecir lo que va a llegar a ser su hijo dentro de treinta años, sin embargo planifica su futuro en un horizonte tan lejano (un plazo nunca utilizado en la planificación estratégica) y, por ello, empieza a tomar decisiones estratégicas (de formación y educación de su hijo), para que llegue a ser en ese momento lo que planifico muchos años atrás.

2.3.4. Estrategia

Casanova, V. J., Linares, J.M., Costa, A., Lurillo, M. y Hertel, E. (2010). Hasta aquí hemos entrado en un tema en el que por lo ambiguo cualquiera es capaz de aportar algo. Sin embargo, existe un problema añadido respecto a las estrategias. Su elevada tasa de fallo: en torno al 70% de los casos el verdadero problema no es la mala formulación de la Estrategia... sino una deficiente ejecución y su implantación en todos los estamentos de la Empresa.

Este hecho pone de manifiesto la importancia no sólo de los procesos de definición de la estrategia, sino también, y esto es casi más importante, la forma de implantar y llevar dicha estrategia a la práctica, convirtiendo la estrategia en casi un trabajo diario para todo el conjunto de personas de una organización.

Los ejes fundamentales de la Estrategia han de ser fáciles de sintetizar, transmitir y comunicar para que toda la Empresa pueda sentirse partícipe de ella. Una estrategia impuesta es una garantía de fracaso. Decía Jack Trout "Si le entregan un plan estratégico que le dice lo que hay que hacer, pero no le ayudan a ponerlo en marcha... devuélvalo"

2.3.6. Planificación del futuro de su empresa

Casanova, V. J., Linares, J.M., Costa, A., Lurillo, M. y Hertel, E. (2010). La respuesta no es sencilla, pero probablemente cualquier directivo al que se le planteé actuará como si le

estuvieras pidiendo una respuesta obvia. Por supuesto que sí. Reconocer que no se dispone de una estrategia o el hecho de no darle importancia a la función de planificación se asocia rápidamente a conceptos como improvisado o poco profesional. El adecuado planteamiento de estas cuatro reflexiones marcará la estrategia, es decir, el camino a seguir desde el punto actual hasta la visión objetivo. A partir de esta reflexión podremos alcanzar de forma coherente visiones más operativas como qué productos vamos a ofrecer, en qué mercados, a qué tipo de clientes, con qué capacidades, etc.

Como vemos en el gráfico adjunto, la estrategia es a la empresa lo que el mapa al explorador: la hoja de ruta que le permitirá llegar de un punto (el actual) a otro (el futuro) optimizando los recursos disponibles, alcanzando los objetivos previstos y teniendo en cuenta las dificultades del espacio (mercado) en el que se mueva.

Casanova, V. J., Linares, J.M., Costa, A., Lurillo, M. y Hertel, E. mencionan que es necesario realizarse las preguntas tales como:

- ¿Qué es actualmente la empresa?
- ¿Qué quiere ser en el futuro?
- ¿Qué se quiere conseguir?
- ¿Y finalmente cómo lo va a hacer?

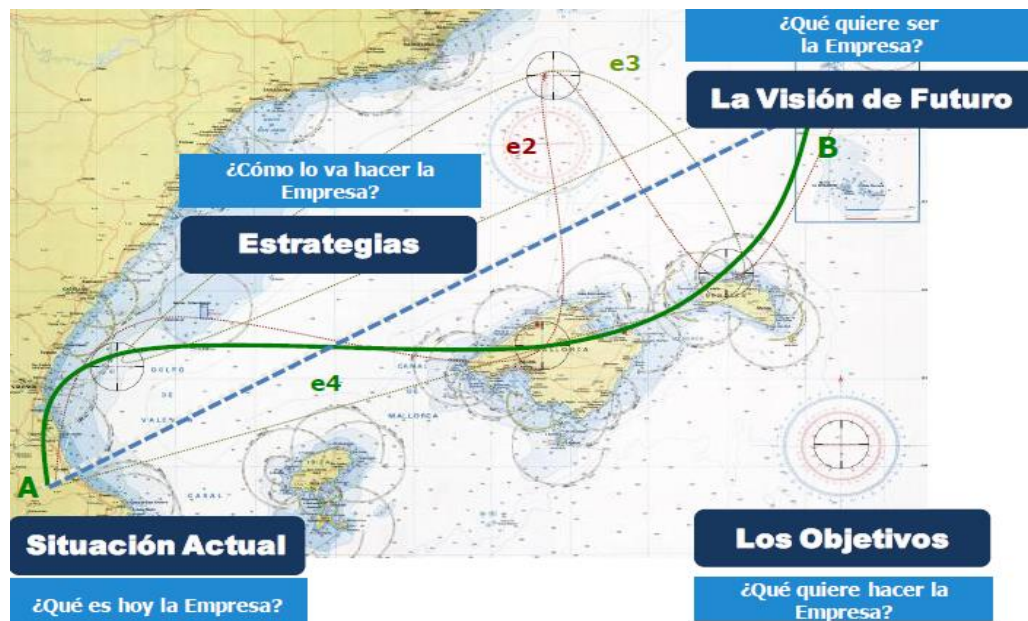


Figura 2 Planificación del futuro de su empresa

Fuente: Plan estratégico en la práctica.

El horizonte de la planificación; es el Plan Estratégico de una empresa no deja de ser la plasmación de un plan maestro en el que la Alta Dirección recoge las decisiones corporativas que adopta hoy y que pondrá en marcha en un horizonte temporal dado. Es lo que llamamos horizonte de planificación, que por lo habitual, suele ser de tres años.

2.3.7. Beneficios de porque realizar un plan estratégico

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010). Menciona los beneficios:

Mejora la coordinación de las actividades.

Identifica los cambios y desarrollos que se pueden esperar.

Aumenta la predisposición y la preparación de la empresa para el cambio.

Minimiza las respuestas no racionales a los eventos inesperados.

Reduce los conflictos sobre el destino y los objetivos de la empresa.

Mejora la comunicación.

Obliga a la dirección de la empresa a pensar, de forma sistemática, en el futuro.

Los recursos disponibles se pueden ajustar mejor a las oportunidades.

El plan proporciona un marco general útil para la revisión continuada de las actividades.

Un enfoque sistemático de la formación de las estrategias conduce a niveles más altos de rentabilidad sobre la inversión.

2.3.8. Para que es útil realizar un plan estratégico

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010).

Definir un proyecto empresarial de futuro ilusionate, sólido y consistente.

Enmarcar todas las decisiones estratégicas de la empresa dentro de un proyecto de futuro.

Tomar hoy las decisiones en un marco de actuación futuro.

Dotar a la empresa de una misión que satisfaga las aspiraciones de todos los grupos de interés.

Identificar y definir claramente cuáles son los objetivos de la empresa a largo plazo.

Elaborar un plan de comunicación que transmita la identidad corporativa y que ponga de manifiesto una visión compartida por todo el equipo directivo.

Profesionalizar más la gestión de la dirección.

Definir funciones y responsabilidades a niveles clave.

Asegurarnos nuestra competitividad como empresa.

2.3.9. Errores o fracasos en el plan estratégico

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010).

Cuando las personas de la empresa no están totalmente implicadas en el proceso.

Cuando las ambiciones y expectativas son demasiado elevadas.

Cuando no existe (o es reducido) el seguimiento y control de los resultados de la planificación.

Cuando esta se convierte en una rutina (en una tarea más dentro del proceso de gestión) o en un juego intelectual “para la galería”.

Cuando se concede una excesiva atención (en tiempo y recursos) a algún aspecto de la planificación (frecuentemente a la elaboración de los objetivos), o cuando no se le dedica el tiempo, la participación y los recursos adecuados.

2.3.10. Etapas en el proceso de elaboración del plan estratégico

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010).

Primera etapa:

Análisis de la situación, tanto externa como interna de la unidad objeto de planificación.

Segunda etapa:

Diagnóstico de la situación, elaborado a partir del “DAFO” (debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades).

Tercera etapa:

Sistema de objetivos corporativos, donde se recogen decisiones tan estratégicas como la misión, la visión, los valores corporativos y los objetivos estratégicos para los próximos años.

Cuarta etapa:

Elección de las estrategias.

Quinta etapa:

Decisiones operativas, planes de acción, priorización de los mismos, seguimiento y control.

2.3.11. Análisis de la situación externa

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010). La finalidad del análisis de la situación externa es conocer el entorno en el que actúa la empresa, del mercado al que atiende y de su situación ante clientes y proveedores, para identificar las fortalezas y debilidades propias frente a las de sus competidores, así como las oportunidades y amenazas a las que nos podemos enfrentar. En consecuencia, el análisis de la situación externa debe permitir a la empresa la definición de los factores clave del éxito en el mercado en el que está inmersa.

2.3.12. Análisis del entorno

Casanova, V. J., Linares, J.M., Costa, A., Lurillo, M. y Hertel, E. (2010). Las estrategias no deben surgir de la nada, deben

responder al entorno del negocio, de ahí la importancia de realizar un análisis de la situación actual del entorno general de la sociedad.

Pronosticar, explorar y vigilar el entorno es muy importante para detectar tendencias y acontecimientos clave del pasado, presente y futuro de la sociedad.

Factores económicos: Evolución del PIB, tipos de interés, la inflación, las exportaciones, tasa de desempleo, etc.

Factores tecnológicos: Nuevos productos que han surgido en nuestro sector o en otros sectores, aparición de productos sustitutivos o de nuevas tecnologías genéricas, etc.

Factores políticos: Promoción de la actividad empresarial, Estabilidad gubernamental, Legislación antimonopolio, Políticas impositivas, Regulación del comercio exterior, Regulación sobre el empleo.

Factores sociales: Cambios en los comportamientos de los ciudadanos, nuevas actitudes socio-culturales, evolución demográfica, nuevos hábitos y estilos de vida, nuevas tendencias, etc.

2.3.13. Análisis del sector

Sainz de Vicuña, J. M. (2010) dice que este análisis del entorno suele ser conveniente completarlo con el análisis de las fuerzas

competitivas de Porter para conocer el grado de competitividad del sector en el que nos movemos.

Rivalidad entre competidores: La rivalidad entre competidores actuales se detecta por la existencia de maniobras competitivas para hacerse con una posición. Las empresas usan tácticas como las guerras de precios, las guerras publicitarias, los lanzamientos de productos o el incremento de servicios y garantías para los consumidores.

El poder de negociación de los clientes: Los clientes amenazan a un sector forzando a la baja los precios, negociando por mayores niveles de calidad y más servicios, fomentando de este modo la rivalidad y diferenciación constante entre los competidores.

El poder de negociación de los proveedores: Los proveedores pueden ejercer una notable influencia en un sector presionando en una subida del precio, en el tiempo de entrega o en la calidad de los productos y de esta manera exprimir la rentabilidad de un sector.

La amenaza de nuevos competidores o entrantes: La amenaza de nuevos entrantes hace referencia a la posibilidad de que los beneficios, el mercado, la rentabilidad, etc, de las empresas establecidas en un sector puedan descender debido a la entrada de nuevos competidores.

Productos sustitutos: Dentro de un sector no sólo tiene relevancia la actuación de los elementos actuales, sino que la

posible sustitución de los mismos por otros de características más o menos parecidas producidos en otros sectores puede cambiar el devenir del mismo sector en un plazo muy corto de tiempo.

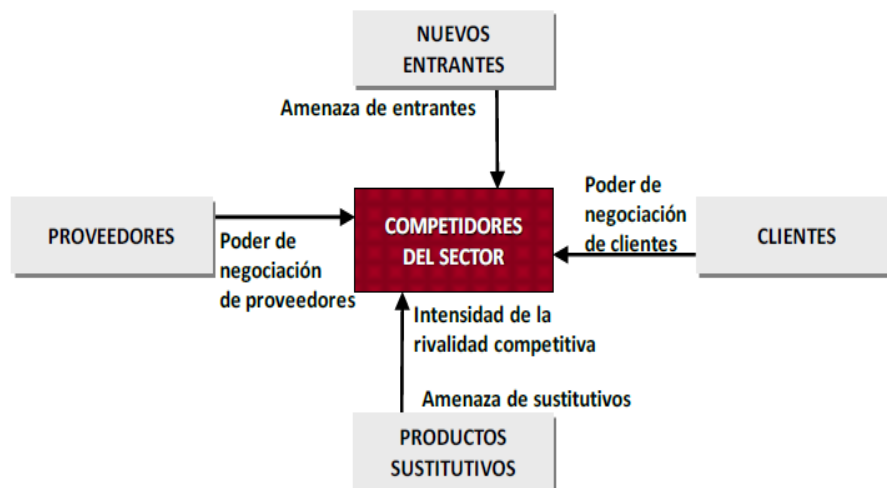


Figura 3 Análisis de la estructura competitiva del sector.

Fuente: Plan estratégico en la práctica.

2.3.14. Análisis de la situación interna

Sainz de Vicuña, J. M. (2010) dice que el análisis interno nos ayuda a detectar las debilidades y fortalezas de nuestra empresa. Así se trata de realizar una evaluación de nuestra empresa, con el fin de estudiar si hemos tomado las decisiones estratégicas más adecuadas.

Se realizara un análisis AMOFHIT.

Según D'Alessio (2008), aunque comúnmente estas áreas funcionales son propias de una empresa, también se pueden identificar dentro de un sector o subsector, los cuales también constituyen una organización. "Estas mismas áreas deben ser analizadas, por analogía, si se está haciendo un planeamiento estratégico para una corporación, un sector, subsector industrial, o inclusive, un país, que es igualmente una organización productiva. Se debe buscar la correspondencia o equivalencia, en los mismos, a las clásicas funciones de las empresas."

Administración/Gerencia.

Según D'Alessio (2008), esta área es la encargada de manejar los aspectos operacionales y estratégicos, así como definir el rumbo y las estrategias de la organización.

Planeación

Organización

Motivación

Factor humano

Control

Marketing/Ventas.

Según D'Alessio (2008), nos dice que el marketing se entiende como la orientación empresarial que tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los consumidores mediante la adecuación de la oferta de los bienes y servicios de una

organización. Este es responsable de las decisiones relacionadas al producto, comunicación, distribución, y precio, así como del uso de herramientas de investigación de mercados, segmentación de mercados y posicionamiento de los productos.

Producto o servicio

Precio

Plaza

Promoción

Finanzas.

Según D'Alessio (2008), menciona que esta área de finanzas es la responsable de obtener los recursos económicos necesarios y en el momento oportuno, así como de los otros recursos para asegurar su cantidad, calidad y costo de requerimiento. También se evalúa la habilidad del negocio para financiar sus estrategias a través de fuentes existentes (retención de utilidades, sobregiros y préstamos bancarios, créditos de proveedores, incrementos de capital de accionistas), generadas (aporte de capital de inversionistas, emisión de acciones), o terceros (deuda a corto y largo plazo).

Producción/Operaciones.

Según D'Alessio (2008), comenta que esta área está encargada de ejecutar los procesos para la producción tanto de bienes como de servicios. Involucra las funciones de logística, producción, mantenimiento y calidad. Por lo que su gestión es

particularmente compleja y crítica para la supervivencia, el desarrollo y la competitividad de la organización.

Sistema de información gerencial.

Según D'Alessio (2008), nos dice que los sistemas información y comunicación brindan soporte para la toma de decisiones gerenciales, la ejecución de los procesos productivos, el cumplimiento de las metas de marketing, la asignación de recursos financieros, y la integración de clientes y proveedores.

2.3.15. Cadena de valor

Casanova, V. J., Linares, J.M., Costa, A., Lurillo, M. y Hertel, E. (2010) da a conocer que la cadena de valor empresarial, o cadena de valor, es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial, descrito y popularizado por Michael E. Porter.

Actividades primarias

Las actividades primarias se refieren a la manufactura del producto, su venta y el servicio posventa. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

Logística interna: comprende operaciones desde la recepción, el almacenamiento y distribución al área de producción de las materias primas.

Producción: transformación de las materias primas en el producto final.

Logística externa: almacenamiento de producto terminado y distribución del producto al consumidor final.

Marketing y Ventas: actividades de promoción, dotación de precio y canal del producto.

Servicio post-venta: agrupa las actividades para dar un valor final al producto en su mantenimiento o utilización, mediante la aplicación de garantías.

Actividades de apoyo

Las actividades primarias están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas actividades secundarias:

Infraestructura: actividades que prestan apoyo a toda la empresa (planificación, contabilidad, las finanzas, calidad, etc.)

Dirección de recursos humanos: búsqueda, contratación y motivación del personal.

Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo

Procurement: proceso de compra de los materiales.



Figura 4 Cadena de valor.

Fuente: Plan estratégico en la práctica.

2.3.16. Diagnóstico de la situación

Sainz de Vicuña, J. M. (2010) comenta que es la segunda etapa del proceso de elaboración de un plan estratégico. El diagnóstico en todo los ámbitos profesionales, es siempre la consecuencia de un análisis previo a partir del cual puedan extraerse unas conclusiones y definir una estrategia concreta.

Análisis DAFO

DAFO es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información relativa al negocio, útil para examinar sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Objetivo: Convertir Debilidades en Fortalezas y Amenazas en Oportunidades.

Oportunidades: son aquellos factores externos a la propia empresa (es decir, no controlables), que

favorece o pueden favorecer en cumplimiento de las metas y objetivos que nos propongamos.

Amenazas: aquellos factores externos a la empresa que perjudican o pueden perjudicar el cumplimiento de esas metas y objetivos trazados.

Fortalezas: son los factores internos propios de la empresa que favorecen o pueden favorecer el cumplimiento de nuestros objetivos.

Debilidades: son los factores internos que perjudican o pueden perjudicar en cumplimiento de nuestros objetivos.

2.3.17. Sistema de objetivos corporativos

Sainz de Vicuña, J. M. (2010) los principios básicos de formulación de objetivos corporativos:

El primero de ellos es que los objetivos corporativos se supeditarán siempre a la misión y visión de la empresa.

El segundo, que deben ser concretos, realistas y sin embargo, voluntaristas, motor de la actividad empresarial y coherente tanto entre sí como la visión de la empresa. La esencia de todo objetivo es solucionar un problema de la empresa o sacar rendimiento de una oportunidad de mercado.

Un objetivo bien redactado comienza con un verbo de acción o consecución (aumentar, explotar, consolidar, etc.).

Y en la medida de lo posible, deben ser desplegados a toda la organización.

Misión

Sainz de Vicuña, J. M. (2010) no dice que es una declaración escrita en la que se concreta la razón de ser o propósito de una organización, se responde a la pregunta ¿Por qué existimos? La misión constituye en objetivo primordial hacia el que debe dirigir los planes y programas que se marque.

Visión

Sainz de Vicuña, J. M. (2010) menciona que la visión de una empresa u organización es una expresión verbal y concisa de la imagen gráfica (“que un hombre ponga sus pies en la luna...”) que deseamos para la empresa en el futuro, que sirve para marcar en el presente el rumbo que debe seguir dicha organización. Es, por tanto, lo que la empresa lucha por llegar a ser. Responde a la pregunta ¿Qué queremos ser?, es un objetivo ambicioso a perseguir.

Valores

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010) dice que sin los ideales y principios colectivos que guían las reflexiones y actuaciones de un individuo (por ejemplo, la lealtad a la propia familia), o un grupo de individuos (la

solidaridad en el grupo). Son los ejes de conducta de la empresa y están íntimamente relacionados con los propósitos de la misma. Responde ¿En que creemos? Dado que los valores definen el carácter de una empresa y que describen aquello que la empresa representa.

Objetivos estratégicos

Casanova, V. J., Linares, J.M., Costa, A., Lurillo, M. y Hertel, E. (2010) comentan sobre los objetivos estratégicos ayudan a proporcionar dirección a cómo la organización puede cumplir o trasladarse hacia los objetivos más altos de la jerarquía de metas, la visión y la misión. En síntesis, que pasos vamos a dar para poder encaminarnos hacia el destino final de nuestra compañía, que debe ser la visión de nuestro negocio.

Establecer objetivos requiere un criterio para medir el cumplimiento de los mismos. Si un objetivo pierde especificidad o mensurabilidad, no es útil, simplemente porque no hay manera de determinar si está ayudando a la organización a avanzar hacia la misión y visión organizativa.

Como decíamos, para que los objetivos tengan sentido, necesitan satisfacer varios criterios:

Ser Específicos.

Ser Medibles. (Numéricamente)

Ser Realizables.

Ser Realistas. (No debe provocar el desánimo de la organización al no ser alcanzable o poco realista).

Ser Limitados en el tiempo. (Debe tener un espacio temporal).

2.3.18. Los objetivos estratégicos deben ser desplegados

Sainz de Vicuña, J. M. (2010) menciona que el único modo de asegurar el cumplimiento de los objetivos corporativos es hacer su despliegue a todos los niveles de la empresa, de modo que la actividad cotidiana este directamente relacionada con los mismos.

Aun así no es suficiente con realizar el despliegue de objetivos. Dirigir estratégicamente una empresa significa, además, perseguir el cumplimiento del plan estratégico desplegado y analizar los resultados para efectuar la revisión y mejora de modo permanente.

2.3.19. Definición del negocio

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010) comenta que significa concretar al menos los siguientes aspectos: qué tipo de

necesidades van a ser satisfechas (funciones del producto o servicio); que segmentos de consumidores van a ser atendidos por la empresa (segmentos y áreas geográficas); y con qué tecnologías van a ser realizados los productos o servicios.

2.3.20. La estrategia competitiva

Donde Sainz de Vicuña, J. M. (2010) se refiere a cómo competir con éxito en un determinado mercado; es decir, saber, qué nuevas oportunidades pueden identificarse o crearse en los mercados, cómo aventajar a los competidores, el grado en que éstos satisfacen las necesidades de los consumidores y qué productos o servicios deben desarrollarse en cada mercado.

2.3.21. Estrategia de penetración:

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010) consiste en aumentar ventas de productos actuales en mercados actuales. La estrategia de penetración de mercado es la más segura de las estrategias de expansión, puede ir dirigida para mejorar la atención al cliente o atraer clientes de la competencia, un claro ejemplo es el ajuste de precios, promociones.

2.3.22. Estrategia de desarrollo de productos

Sainz de Vicuña, J. M. (2010) se dice que implica necesariamente un cambio que pueda cristalizarse de muy diferentes modos. Nos movemos en un mercado que ya

conocemos, pero que a su vez está imponiendo una adaptación del producto a los nuevos gustos y necesidades de los usuarios.

2.3.23. Estrategia de diversificación:

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010) cuando la alternativa elegida es la de lanzar nuevos productos, en mercados en los que todavía no estamos presentes, estaremos optando por una estrategia de diversificación.

2.3.24. Estrategia de desarrollo de nuevos mercados

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010) esta estrategia puede traducirse en una expansión geográfica respecto a su mercado origen, en la búsqueda de nuevos segmentos de mercado.

2.3.25. Estrategia de liderazgo de costos

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2010) los bajos costes permitirán a la empresa reducir los precios si decide seguir una estrategia de precios de penetración, pero pueden utilizarse para aumentar la rentabilidad.

2.3.26. Alianza estrategias

Donde Sainz de Vicuña, J. M. (2010) dice que con la alianza estratégica, la empresa busca completar su estrategia de crecimiento y le ayuda a mejorar su posición competitiva o a mantenerla en el mercado, según los objetivos corporativos

planteados en cada momento. La alianza estratégica permitirá en primera instancia garantizar su supervivencia.

2.3.27. Estrategia de diferenciación

Al cabo Sainz de Vicuña, J. M. (2010) supone que la empresa decide ofrecer productos y servicios que son únicos u superiores a los de la competencia. Se basa en haber conseguido convencer a nuestros clientes de que nuestros productos tienen algo distinto que los de nuestros competidores y que solo lo tenemos nosotros.

2.3.28. Plan de acción

Donde Sainz de Vicuña, J. M. (2010) dice que sin duda alguna es la fase de mayor concreción dentro del plan estratégico, es como si a todo el entramado teórico-estratégico que hemos desarrollado hasta ahora le dotásemos de extremidades con las que pueda caminar. En definitiva, es hora de poner manos a la obra.

En efecto debe traducirse en acciones concretas para ser una estrategia efectiva. Además, es importante asignar un responsable que supervise y ejecute los planes de acción marcados en los plazos previstos, así como asignar los recursos humanos, materiales y financieros requeridos, evaluar los costes previstos y de una manera especial, jerarquizar la atención y dedicación que se debe prestar a dichos planes en función de su urgencia y su importancia.

2.3.29. Definición de gestión

Según Hernández. S., Pulido. A (2011) nos dice que la gestión es el proceso intelectual creativo que permite a un individuo diseñar y ejecutar las directrices y procesos estratégicos y tácticos de una unidad productiva, empresa, negocio o corporación, mediante la comprensión, conceptualización y conocimiento de la esencia de su que hacer, y al mismo tiempo coordinar los recursos o capitales económicos, humanos, tecnológicos y las relaciones sociales y comerciales para alcanzar sus propósitos u objetivos.

La gestión es un proceso intelectual en tanto que implica una actividad, pensamiento, crítico y análisis de la acción ante las circunstancias cambiantes del entorno en el que se desenvuelven los organismos sociales productivos.

La gestión debe ser creativa, es decir, original, para obtener en virtud de la calidad de los productos o servicios, la preferencia de los consumidores; la innovación y la negociación se manifiestan en las relaciones con los clientes, proveedores y otros actores reconocidos con la empresa. La creatividad aplicada a los productos y procesos es fundamental en mercados muy competitivos a fin de satisfacer en forma diferente a los clientes.

La gestión establece directrices estratégicas en tanto fija los elementos constantes que permiten adaptar la empresa a las circunstancias sin perder su rumbo, destino final y esencia.

2.3.29.1. Planeación

Según Hernández, Pulido. A (2011) comenta que la planeación es la proyección impresa de las acciones de corto, mediano y largo plazo de la empresa para que operen con éxito en el contexto donde actúan, lo cual permite administrar sus recursos, organizarlas internamente, las, gerenciales y controlarlas.

El objetivo de la planeación de una empresa de una empresa es fincar su desarrollo sostenible mediante el análisis del ambiente competitivo en el que opera con el fin de encontrar los espacios en los que se desempeñe mejor que sus competidores.

2.3.29.2. Organización

Según Hernández, Pulido. A (2011) la fase del proceso administrativo en la que se aplica las técnicas administrativas para estructurar una empresa u organización social ,definiendo las funciones por áreas sustantivos ,departamentos y puestos ,estableciendo la autoridad en materia de toma de decisiones y la responsabilidad de los miembros que ocupan dichas unidades ,así como las líneas de comunicación formal para facilitar la comunicación y cooperación de los equipos de trabajo con la finalidad de alcanzar los objetivos y la estrategia.

Proceso Organizacional: es la secuencia de actividades que hay que realizar para organizar o reorganizar a una

empresa, las principales etapas del proceso organizacional son:

Departamentalización conforme a bases y necesidades empresariales.

Estructura jerárquica.

Definición de autoridad formal estructural y sus tipos.

Definición de comunicación formal y autoridades informales.

2.3.29.3. Dirección

Según Hernández, Pulido. A (2011) Significa conducción hacia un rumbo concreto con un objetivo por lograr. Sin embargo, administrativamente es un nivel jerárquico en la estructura, con funciones concretas. Cuando hablamos de dirección dentro del proceso administrativo, analizamos los elementos de liderazgo que requiere quien ocupa una gerencia general, una gerencia de área o jefatura que le de dirección a sus equipos de trabajo hacia los grandes objetivos de la empresa.

2.3.29.4. Control

Según Hernández, Pulido. A (2011) dice que el control es un elemento vital de un sistema administrativo, ya que permite a las empresas autorregularse y mantener

su desarrollo en términos deseados desde la planeación.

Existe una premisa administrativa que señala que solo lo que se mide se puede mejorar. Sin control no es posible asegurar y mantener un sistema de calidad, tanto en los productos y servicios de las empresas como en los procesos que utilizan para producirlos.

Las empresas operan en medios cambiantes y son altamente sensibles respecto de los que sucede externamente, de ahí que los planes, procesos, programas, estructuras e incluso el comportamiento de los miembros del equipo de trabajo varíe conforme actúa.

2.3.30. Balanced Score Card

Según Kaplan, R., Norton, D. (2000) el balanced score card es un modelo de medición y evaluación de la gestión corporativa de la entidad, así como de sus programas estratégicos, unidades orgánicas o áreas de actividad en particular, a los que se relacionan con la misión, los objetivos y las estrategias, traduciendo las estrategias en objetivos relacionados y medidos a través de indicadores conectados a los planes de acción, que permitan alinear el comportamiento de la organización con sus rendimiento mediante un sistema coherente de elementos tales como mapas estratégicos alineados con el efecto-casusa de la aplicación de recursos, el cumplimiento de metas y evaluación

del desempeño, permitiendo la visión anticipada de la creación de valor agregado.

El BSC o cuadro de mando integral ofrece una visión integrada y balanceada de la empresa y permite desarrollar la estrategia de la medición y monitoreo en forma clara.

El BSC, como herramienta de medición de resultados, es muy útil para la dirección y gerencia en el corto y mediano plazo, engarzando aspectos normalmente descoordinados tales como los objetivos y estrategias para adecuar los procesos, los recursos y el comportamiento de las estrategias institucionales, poniendo énfasis en la evaluación de objetivos financieros y no financieros desde cuatro perspectivas:

Perspectiva financiera (evalúa y monitorea el rendimiento eficiente de los recursos).

Perspectiva de los usuarios o beneficiarios (evalúa y monitorea la satisfacción y cobertura adecuada en cantidad y calidad de los servicios).

Perspectiva de los procesos internos (realiza en análisis de los procesos críticos, mejora de los procesos, costos, tiempos, actuación y desempeño de funciones de calidad).

Perspectiva de formación, capacitación, innovación y crecimiento (evalúa el impulso de la capacitación y aprendizaje, crecimiento y desarrollo de capacidades y fortalecimiento institucional).

2.3.30.1. Perspectiva Financiera

Según Kaplan, R., Norton, D. (2000) El CMI retiene la perspectiva financiera, ya que los indicadores financieros son valiosos para resumir las consecuencias económicas, fácilmente mensurables, de acciones que ya se han realizado. Las medidas de actuación financiera indican si la estrategia de una empresa, su puesta en práctica y ejecución, está contribuyendo a la mejora del mínimo aceptable.

Temas estratégicos para la perspectiva financiera:

Crecimiento y diversificación de los ingresos.

Reducción de costes/mejora de la productividad.

Crecimiento y diversificación de los ingresos:

Nuevos productos o servicios.

Los negocios en fase de crecimiento acostumbran a poner el énfasis en la expansión de las líneas de productos existentes o a ofrecer productos y servicios completamente nuevos. Un indicador común para este objetivo es el porcentaje de ingresos procedentes de nuevos servicios y productos.

Nuevos clientes y mercados.

Hacer llegar los productos y servicios existentes a nuevos clientes y mercados también puede ser un camino deseable para el crecimiento de los ingresos. Indicadores como el porcentaje de ingresos procedentes de nuevos clientes, segmentos de mercado y regiones geográficas pondrán de relieve la importancia de la investigación de esta fuente de incremento de los ingresos.

Reducción de costes/mejora de la productividad:

Mejorar el mix de los canales.

Algunas organizaciones tienen múltiples canales, a través de los cuales los clientes pueden realizar transacciones.

2.3.30.2. Perspectiva del cliente

Según Kaplan, R., Norton, D. (2000) En la perspectiva del cliente del cuadro de mando integral, las empresas identifican los segmentos de cliente y de mercado en que han elegido competir. Estos segmentos representan las fuentes que proporcionarían el componente de ingresos de los objetivos financieros de la empresa. La perspectiva del cliente permite que las empresas equiparen sus indicadores clave sobre los clientes - satisfacción, fidelidad, retención, adquisición

– con los segmentos de clientes y mercado seleccionados.

Retención de los clientes.

Está claro que una forma de mantener e incrementar la cuota de mercado en los segmentos seleccionados de clientes es empezar por retener a los clientes que la empresa ya tiene en esos segmentos. Las revelaciones dimanantes de la investigación de la cadena de beneficios han demostrado la importancia de la retención de clientes. Además de limitarse a mantener los clientes muchas empresas quieren medir su fidelidad, por medio del porcentaje de crecimiento del negocio con los clientes existentes.

El incremento de clientes.

En general, las empresas que buscan hacer crecer sus negocios tendrán un objetivo para aumentar su base de clientes en segmentos seleccionados. El incremento de clientes puede medirse, ya sea por el número de clientes, o por las ventas totales a los nuevos clientes en estos segmentos.

Satisfacción del cliente.

Tanto la retención de los clientes como el incremento de los mismos, son impulsados por la satisfacción de las necesidades de los clientes. Las medidas de

satisfacción de los clientes proporcionan feedback sobre lo bien que lo está haciendo la empresa. Solo cuando los clientes califican su experiencia de compra como completa o extremadamente satisfactoria puede la empresa contar su conducta de compra repetitiva.

La relación con los clientes.

La dimensión de las relaciones con los clientes incluye la entrega del producto/servicio al cliente, incluyendo la dimensión de la respuesta y plazo de entrega, y que sensación tiene el cliente con respecto a comprar a esa empresa.

Imagen y prestigio.

La dimensión de imagen y prestigio refleja los factores intangibles que atraen a un cliente hacia una empresa. Algunas empresas son capaces, a través de anuncios y de la calidad del producto y servicio, de generar la lealtad del cliente más allá de los aspectos tangibles.

La relación: la experiencia de compra o servicio.

La dimensión de la experiencia de compra fue considerada extremadamente importante. Los atributos clave fueron la disponibilidad de mercancía y la experiencia de compra dentro de la tienda. La disponibilidad se definió como tener en existencia los artículos que el cliente elige en primer lugar.

Precio.

Con todo el énfasis puesto en el tiempo, la capacidad de respuesta y la calidad, uno puede preguntarse si los clientes aún se preocupan por el precio. Podemos asegurar que tanto si una unidad de negocio está siguiendo una estrategia de bajo coste como una diferenciada, los clientes, siempre estarán preocupados por el precio que pagan. El precio ejerce una influencia principal sobre la decisión de compra.

2.3.30.3. Perspectiva del proceso interno

Según Kaplan, R., Norton, D. (2000) En la perspectiva del proceso interno, los ejecutivos identifican los procesos críticos internos en los que la organización debe ser excelente. Estos procesos permiten a la unidad de negocio:

Entregar las propuestas de valor que atraerán y retendrán a los clientes de los segmentos de mercado y satisfacer las expectativas de excelentes rendimientos financieros de los accionistas.

El proceso de innovación.

En el proceso de innovación como en la onda larga de la creación de valor, en la que las empresas primero identifican y cultivan los nuevos mercados, los nuevos clientes y las necesidades emergentes y latentes de los

clientes existentes. Luego y siguiendo en esta onda larga de creación y crecimiento del valor, las empresas diseñan y desarrollan los nuevos productos y servicios que les permita alcanzar los nuevos mercados y clientes, y satisfacer las necesidades de los clientes recién identificadas.

Proceso operativo.

Empieza con la recepción de un pedido del cliente y termina con la entrega del producto o servicio al cliente. Este proceso recalca la entrega eficiente, consistente y oportuna de los productos y servicios existentes a los clientes.

2.3.30.4. La perspectiva de formación y crecimiento

Según Kaplan, R., Norton, D. (2000) La formación o aprendizaje y crecimiento, identifica la infraestructura que la empresa debe construir para crear una mejora y crecimiento a largo plazo.

La formación y el crecimiento de una organización proceden de tres fuentes principales: las personas, los sistemas y los procedimientos de la organización. La organización también debe invertir en su infraestructura – persona, sistemas y procedimientos, si es que quiere alcanzar unos objetivos de crecimiento a largo plazo.

Las capacidades de los empleados.

Este cambio exige una gran recualificación de los empleados, para que sus mentes y sus capacitaciones creativas puedan ser movilizadas en favor de la consecución de los objetivos de la organización.

La medición de la satisfacción del empleado.

La medición de satisfacción del empleado reconoce que la moral y satisfacción que el empleado siente respecto a su trabajo son de la máxima importancia para la mayoría de las organizaciones.

2.3. Definición de términos básicos

Fortalezas: actividades y atributos internos de una organización que contribuye al logro de sus objetivos. (Vicuña, 2009)

Debilidades: actividades o atributos internos de una organización que dificultan su éxito. (Vicuña, 2009)

Oportunidades: eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que beneficia su desarrollo. (Vicuña, 2009)

Amenazas: eventos, hechos o tendencias en el entorno de una organización que inhiben, imitan o dificultan su desarrollo operativo. (Vicuña, 2009)

Misión: es la razón de ser de la organización, la formulación explícita de sus propósitos, así como la identificación de sus tareas y los actores participantes en el logro de sus objetivos. (Vicuña, 2009)

Visión: es la dirección en la que se orienta la organización, en un contexto interno y externo cambiante. Es la declaración de donde quiere estar la organización dentro de 5 a 10 años. (Vicuña, 2009)

Objetivos estratégicos: resultados a largo plazo que una organización espera lograr para hacer real su misión y visión. (Vicuña, 2009)

Estrategias: son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de cada trabajo. (Vicuña, 2009)

MARCO METODOLOGICO

3.1. Diseño, tipo de investigación

3.1.1. Diseño de investigación

No experimental – cuantitativa

Según Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013) describe que el diseño de la investigación es no experimental porque busca observar el fenómeno tal como se da en su contexto natural, y así nos permita realizar un análisis y posterior a ello realizar una propuesta y así obtener nuestras conclusiones y solucionar el problema.

Gómez, M. M. (2006) menciona que en el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza su diseño para analizar la certeza de las hipótesis formuladas.

Por lo tanto nuestra investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que poseemos un esquema estructurado y estandarizado.

Para la primera etapa se utilizará diseño descriptivo simple siendo su esquema el siguiente:

Figura 5 Población.



M: muestra de estudio, que corresponde a las 4 personas que trabajan en el SPA CELESTIAL TOUCH.

O: información a recoger (observación), sobre el estado en que se encuentra el SPA CELESTIAL TOUCH.

P: propuesta, propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa del SPA CELESTIAL TOUCH

Fuente: El plan estratégico en la práctica.

3.1.2. Tipo de investigación

Descriptiva – Propositiva

Según Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013) describe que el estudio es descriptivo, porque se ha analizado el problema, y se han establecido nuevos criterios para poder responder a las causas del porque ocurren los fenómenos o hechos y las condiciones en las que se están dando.

El estudio es propositivo, porque comprende la elaboración de un plan estratégico, orientado a mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch de la ciudad de Chiclayo, que se presentara como propuesta con el propósito de contribuir a la solución de la problemática existente.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

Según Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013) en su libro metodología de la investigación científica y elaboración de tesis exponen que la población es el conjunto de individuos, personas o instituciones que son motivo de investigación.

Población N°1:

La población estará conformada por los 4 trabajadores del Spa Celestial Touch, la cual es una población no representativa, por lo tanto no será sometida a la fórmula.

Población N°2:

Esta población la conforman los clientes del spa Celestial Touch los cuales son 15 a la semana, lo que hace que sea también una población no representativa.

Tabla 3 Muestreo estratificado por conveniencia.

DIA	N° DE CLIENTES
Lunes	2
Martes	2
Miércoles	3
Jueves	3
Viernes	2
Sábado	3

Total de clientes a la semana	15
Clientes al mes	15 clientes a la semana

Fuente: Elaboración propia.

3.2.2. Muestra

Según Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013) en su libro metodología de la investigación científica y elaboración de tesis manifiestan que la muestra es el subconjunto, parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo. Es decir, una muestra es representativa si reúne las características de los individuos del universo.

Muestra N°1:

Debido a que la población N°1 es no representativa, trabajaremos la misma como muestra, es decir con 4 colaboradores de la empresa.

Muestra N°2:

Debido a que la población N°2 es no representativa, trabajaremos la misma como muestra, es decir con los 15 clientes.

3.3. Hipótesis

H1: La propuesta de un plan estratégico mejorará la gestión de la empresa Celestial Touch.

H0: La propuesta de un plan estratégico no mejorara la gestión de la empresa Celestial Touch.

3.4. Variable

Dependiente: Gestión administrativa.

Pulido, A., Hernández, S. (2011). Menciona que es un proceso intelectual, creativo y permanente que le permite a un individuo, preparado con habilidades y competencias laborales y gerenciales, conducir un organismo social productivo a las circunstancias del entorno altamente cambiante en el que operan las empresas, guiándolo y adaptándolo por medio de una serie de políticas y estrategias de largo plazo.

Independiente: Plan estratégico.

Según Sainz de Vicuña, J. M. (2009), Se dice que nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge decisiones estratégicas corporativas que han adoptado hoy, en referencia a lo que hará en los tres próximos años, para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer las expectativas.

3.5. Operacionalización

Tabla 4 Operacionalización de la variable gestión.

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Item	Fuente
Gestión	Es un proceso intelectual, creativo y permanente que le permite a un individuo, preparado con habilidades y competencias laborales y gerenciales, conducir un organismo social	Perspectiva financiera	Crecimiento y Diversificación de ingresos.(Variedad de productos y servicios	¿Los actuales servicios de la empresa están generando rentabilidad?	Gerente de la empresa Celestial Touch
		Perspectiva del cliente	La satisfacción al cliente. (Feedback)	¿Usted se siente satisfecho con los servicios que adquiere en la empresa?	Clientes de la empresa Celestial Touch.

<p>productivo a las circunstancias del entorno altamente cambiante en el que operan las empresas, guiándolo y adaptándolo por medio de una serie de políticas y estrategias de largo plazo.</p> <p>Pulido, A., Hernández, S. (2011).</p>		<p>Nivel de fidelidad del cliente.(Asistencias continuas de los clientes)</p>	<p>¿Usted acude mensualmente por los servicios de la empresa?</p>	<p>Cientes de la empresa Celestial Touch.</p>
		<p>Formas de pago de cliente.(Efectivo o tarjeta)</p>	<p>¿Por el servicio brindado suele pagar en efectivo?</p>	<p>Cientes de la empresa Celestial Touch.</p>
		<p>Nivel de relación con el cliente.(Valor añadido al cliente)</p>	<p>¿Está satisfecho con los productos que le ofrece la empresa?</p>	<p>Cientes de la empresa Celestial Touch.</p>
		<p>Retención de los clientes.(Programa de seguimiento a clientes claves)</p>	<p>¿Actualmente realiza un seguimiento de sus clientes claves</p>	<p>Gerente de la empresa celestial Touch.</p>

				ya que son importantes para su empresa?	
				¿Conoce usted cual son sus clientes más importantes?	Gerente de la empresa Celestial Touch
				¿Usted ha establecido estrategias para retener a sus clientes importantes?	Gerente de la empresa Celestial Touch
		Perspectiva del proceso interno	Nivel de innovación.	¿Usted considera a la innovación	Gerente de la empresa

				como un factor importante para generar valor dentro de la empresa?	Celestial Touch
				¿Usted considera que sus productos son innovadores?	Gerente de la empresa Celestial Touch
			Proceso de operaciones.(Mejoras en procesos)	¿Tiene en cuenta el tiempo que demora en realizar el servicio al cliente?	Gerente de la empresa Celestial Touch
			Servicio de Post Venta.(Feedback)	¿Después que adquiere el	Gerente de la empresa

				servicio o producto en la empresa usted brinda algún tipo de garantía a sus clientes?	Celestial Touch
				¿Usted recolecta información luego de haber ofrecido el producto o servicio al cliente?	Gerente de la empresa Celestial Touch
		Perspectiva de aprendizaje y crecimiento	La satisfacción del empleado.(Reconocimiento por las realización por su trabajo)	¿En alguna oportunidad usted ha sido reconocido por haber realizado de manera correcta	Trabajador de la empresa Celestial Touch

			La retención del empleado.(Empleados que son productivos para la empresa)	su trabajo? ¿Constantemente usted suele rotar a sus empleados de la empresa?	Gerente de la empresa Celestial Touch
			Nivel de infraestructura de la empresa.	¿Usted considera que el ambiente donde brindan los servicios es el adecuado?	Clientes de la empresa Celestial Touch
			Nivel de tecnología de la empresa.	¿Actualmente usted cuenta con máquinas que le ayudan a mejorar su servicio?	Gerente de la empresa Celestial Touch

Tabla 5 Operacionalización de la variable plan estratégico.

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Escala	Fuente
PLAN ESTRATEGICO	Nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge decisiones estratégicas corporativas que han adoptado hoy, en referencia a lo que hará en los tres próximos años, para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer	Análisis de la situación	Nivel del análisis externo.	Escala tipo Likert	Gerente de la empresa Celestial Touch.
			Análisis de entorno - PESTEC (Matriz MEFE). Análisis del sector (5 fuerzas de porter).	1.TA 2. A 3. I 4. D 5. TD	
			Nivel del análisis interno Se establecerá a través de un AMOFHIT (Matriz MEFI).	Escala tipo Likert	Gerente de la empresa Celestial Touch.
				1.TA 2. A 3. I 4. D	

	las expectativas. Según Sainz de Vicuña, J. M. (2009).		Se medirá mediante una cadena de valor	5. TD	
		Diagnóstico de la situación	Nivel de aprovechamiento de fortalezas. (Matriz DAFO) Nivel de identificación de debilidades. (Matriz DAFO)	Escala tipo Likert 1.TA 2. A 3. I 4. D 5. TD	Clientes de la empresa Celestial Touch. Gerente de la empresa Celestial Touch.

			<p>Nivel de aprovechamiento de oportunidades. (Matriz DAFO)</p> <p>Nivel de identificación de amenazas. (Matriz DAFO)</p>		<p>Gerente de la empresa Celestial Touch.</p> <p>Gerente de la empresa Celestial Touch.</p>
		<p>Sistema de objetivos corporativos</p>	<p>Nivel de identificación con la misión. ¿Por qué existimos?</p> <p>Nivel de compromiso con la visión. ¿Qué</p>	<p>Escala tipo Likert</p> <p>1. TA</p> <p>2. A</p> <p>3. I</p> <p>4. D</p> <p>5. TD</p>	<p>Gerente de la empresa Celestial Touch</p> <p>Trabajadores de la empresa Celestial Touch.</p>

			queremos ser? Nivel de identificación de los valores. ¿En que creemos?		Trabajadores de la empresa Celestial Touch
		Estrategias corporativas o elecciones de estrategias	Alianzas estratégicas	Escala tipo Likert 1. TA 2. A 3. I 4. D 5. TD	Trabajadores de la empresa Celestial Touc

Fuente: Elaboración propia.

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Métodos de investigación

Según Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013) en su libro metodología de la investigación científica y elaboración de tesis exponen que los métodos de investigación se refieren a los procedimientos y herramientas mediante los cuales vamos a recoger los datos e informaciones necesarias para probar o contrastar nuestras hipótesis de investigación.

Método inductivo – deductivo: Este método de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general).

3.6.2. Técnicas de recolección de datos

Encuesta

Alegre, V.J. (2004) explica que la encuesta es uno de los instrumentos de investigación social más conocidos y utilizados. Consiste en aplicar procedimientos, más o menos estandarizados de interrogación a una muestra de sujetos representativos de un colectivo más amplio con la finalidad de obtener información sobre determinados aspectos de la realidad y el comportamiento humano.

Por lo tanto se utilizará la encuesta para la recopilación de información en campo.

Entrevista

Según Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013) en su libro metodología de la investigación científica y elaboración de tesis manifiestan que la entrevista es una especie de conversación formal entre el investigador y el investigado o entre el investigador y el entrevistado o informante; es una modalidad de la encuesta, que consiste en formular preguntas en forma verbal con el objetivo de obtener respuestas o informaciones y con el fin de verificar o comprobar las hipótesis de trabajo.

3.6.3. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario

Según Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013) en su libro metodología de la investigación científica y elaboración de tesis manifiestan que el cuestionario es una modalidad de la técnica de la encuesta, que consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cedula que están relacionadas a hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis del trabajo.

Guía de entrevista

Según Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013) en su libro metodología de la investigación científica y elaboración de tesis exponen que la guía de entrevista es el instrumento, la herramienta que sirve a la técnica de la entrevista, que consiste en una hoja simple impresa o no impresa que contiene las preguntas a formular al entrevistado, en una secuencia determinada.

3.7. Procedimiento para la recolección de datos

Para el procesamiento estadístico de datos se usará el software SPSS19.0 para Windows en español y Microsoft Excel. Los datos se presentarán en Tablas y gráficos estadísticos, y se realizará un análisis.

3.8. Análisis estadísticos e interpretación de datos

Para el procesamiento de la información se utilizará una computadora. Todas las ficha de recolección de datos archivadas apropiadamente. Los datos serán transferidos a una base de datos electrónica. Para las pruebas estadísticas y análisis de resultados se utilizará el paquete estadístico SPSS versión 19.0, para demostrar los objetivos se utilizara estadística descriptiva expresada en tabas de frecuencia.

3.9. Principios éticos

Se solicitara el consentimiento informado del autor; y la aprobación del proyecto por parte de la institución a investigar. El estudio no implicó un riesgo físico o psicológico para el autor de la muestra en estudio.

Tabla 6 Principios éticos.

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS ÉTICAS DEL CRITERIO
Consentimiento informado	Los participantes estuvieron de acuerdo con ser informantes y reconocieron sus derechos y responsabilidades.
Confidencialidad	Se les informó la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación.
Observación participante	Los investigadores actuaron con prudencia durante el proceso de acopio de los datos asumiendo su responsabilidad ética para todos los efectos y consecuencias que se derivaron de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

Fuente: Elaborado en base a Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pdf>

3.10. Criterios de científico

El Rigor se fija en la condición, objetividad y por la adhesión estricta de los diseños y análisis estadísticos precisos. Por ello durante toda la investigación se citaran criterios de científicidad para evaluar la calidad

científica del presente trabajo de investigación. El rigor de la investigación se considerara:

Credibilidad:

La credibilidad se logra cuando los hallazgos del estudio son reconocidos como “reales” o “verdaderos” por las personas que participan en el estudio y por aquellas que han experimentado o estado en contacto con el fenómeno investigado. Este criterio se podrá alcanzar porque la investigadora en reiteradas ocasiones regresara al escenario de la investigación para confirmar los hallazgos y revisar algunos datos particulares.

Auditabilidad o Confirmabilidad:

Se refiere a la neutralidad de la interpretación o análisis de la información, que se logra cuando otro (s) investigador (es) pueden seguir “la pista” al investigador original y llegar hallazgos similares. Se utilizaran un cuestionario para la recolección de datos , las que serán transcritas en el programa Word, además se describirá las características de los informantes y su proceso de selección, y analizara la transcripción fiel de las preguntas a los informantes, los contextos físicos, interpersonales y sociales.

Transferibilidad o aplicabilidad:

Consiste en la posibilidad de transferir o extender los resultados a otros contextos o grupos. Se trata de examinar que tanto se ajustan los resultados con otro contexto, donde se describió detalladamente el lugar y las características de las personas del fenómeno estudiado. Por

ello, este trabajo fue realizado con altura científica, garantizando la transparencia de esta investigación.

Tabla 7 Criterios de rigor científico.

CRITERIOS	CARACTERÍSTICAS DEL CRITERIO	PROCEDIMIENTOS
Credibilidad mediante el valor de la verdad y autenticidad	Resultados de las variables observadas y estudiadas	<p>Los resultados reportados son reconocidos como verdaderos por los participantes.</p> <p>Se realizó la observación de las variables en su propio escenario.</p> <p>Se procedió a detallar la discusión mediante el proceso de la triangulación.</p>
Transferibilidad y aplicabilidad	Resultados para la generación del bienestar organizacional mediante la transferibilidad	<p>Se realizó la descripción detallada del contexto y de los participantes en la investigación.</p> <p>La recogida de los datos se determinó mediante el muestreo teórico, ya que se codificaron y analizaron de forma inmediata la información proporcionada.</p> <p>Se procedió a la recogida exhaustiva de datos mediante el acopio de información suficiente, relevante y apropiada mediante el cuestionario, la observación y la documentación.</p>

Consistencia para la replicabilidad	Resultados obtenidos mediante investigación mixta	La triangulación de la información (datos, investigadores y teorías) permitiendo el fortalecimiento del reporte de la discusión.
-------------------------------------	---	--

El cuestionario empleado para el recojo de la información fue certificado por evaluadores externos para autenticar la pertinencia y relevancia del estudio por ser datos de fuentes primarias.

Se detalla con coherencia el proceso de la recogida de los datos, el análisis e interpretación de los mismos haciendo uso de los enfoques de la ciencia: (a) empírico, (b) crítico y, (c) vivencial.

Confirmabilidad y neutralidad	Los resultados de la investigación tienen veracidad en la descripción	Los resultados fueron contrastados con la literatura existente.
-------------------------------	---	---

Los hallazgos de la investigación fueron contrastados con investigaciones de los contextos internacional, nacional y regional que tuvieron similitudes con las variables estudiadas de los últimos cinco años de antigüedad.

		Se declaró la identificación y descripción de las limitaciones y alcance encontrada por el investigador.
Relevancia	Permitió el logro de los objetivos planteados obteniendo un mejor estudio de las variables	Se llegó a la comprensión amplia de las variables estudiadas. Los resultados obtenidos tuvieron correspondencia con la justificación.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pd>

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

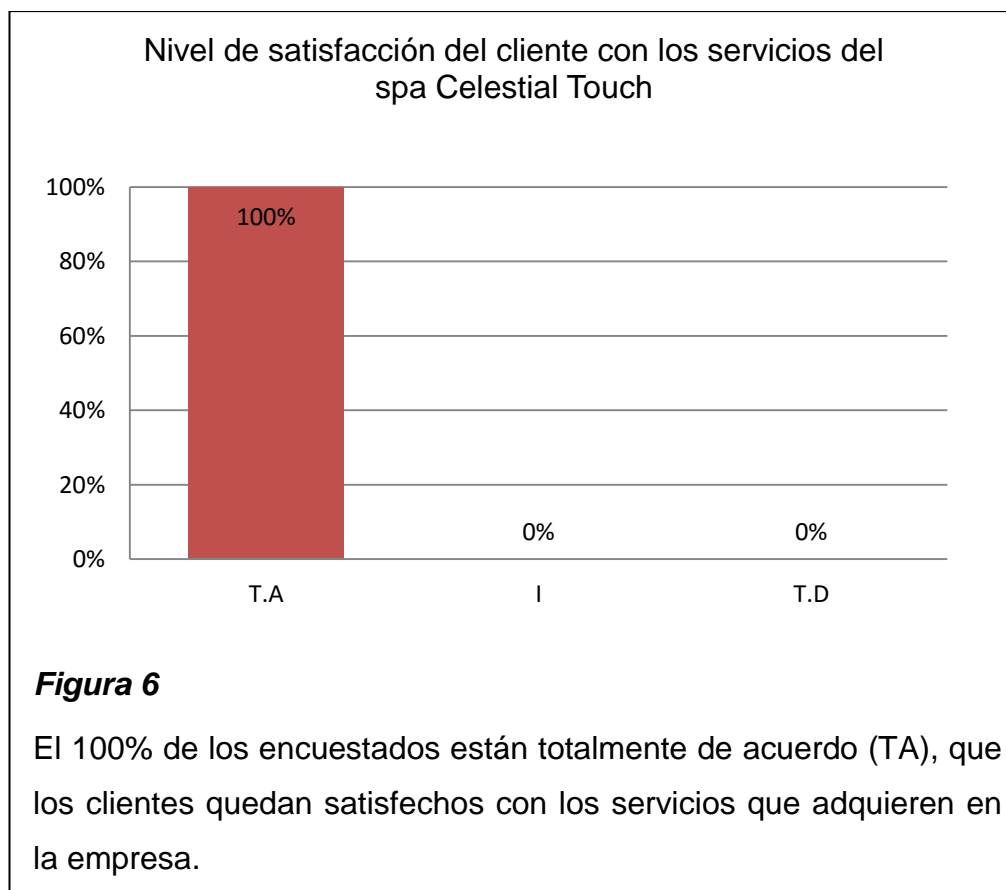
4.1. Resultados en tablas y gráfico

Tabla 8

Nivel de satisfacción del cliente con los servicios del spa celestial touch.

PREGUNTA 1	T.A	I	T.D	Total
¿Usted se siente satisfecho con los servicios que adquiere en la empresa?	15	0	0	15
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

Frecuencia de asistencia de clientes.

PREGUNTA 2	T.A	I	T.D	Total
¿Usted acude mensualmente por los servicios de la empresa?	4	0	11	15
TOTAL	27%	0%	73%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

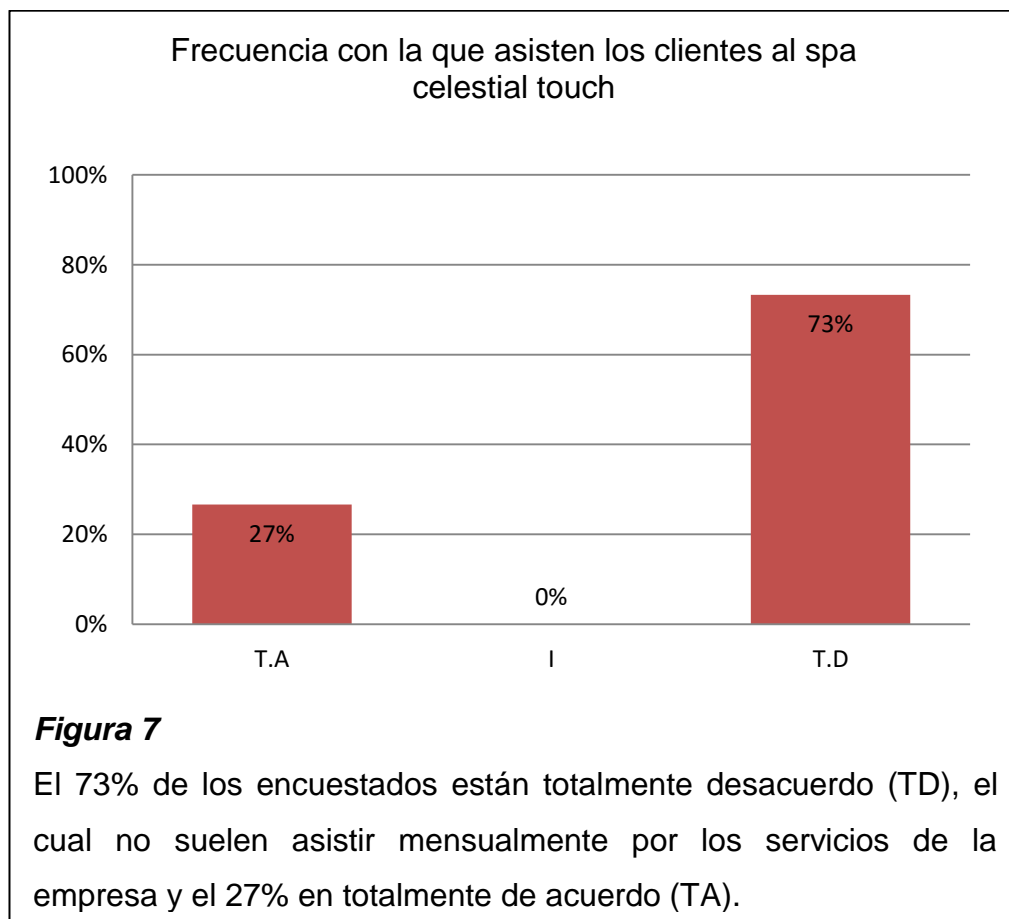


Figura 7

El 73% de los encuestados están totalmente desacuerdo (TD), el cual no suelen asistir mensualmente por los servicios de la empresa y el 27% en totalmente de acuerdo (TA).

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

Tipo de pago que realiza cuando acude al spa.

PREGUNTA 3	T.A	I	T.D	Total
¿Por el servicio brindado suele pagar en efectivo?	13	0	2	15
TOTAL	87%	0%	13%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

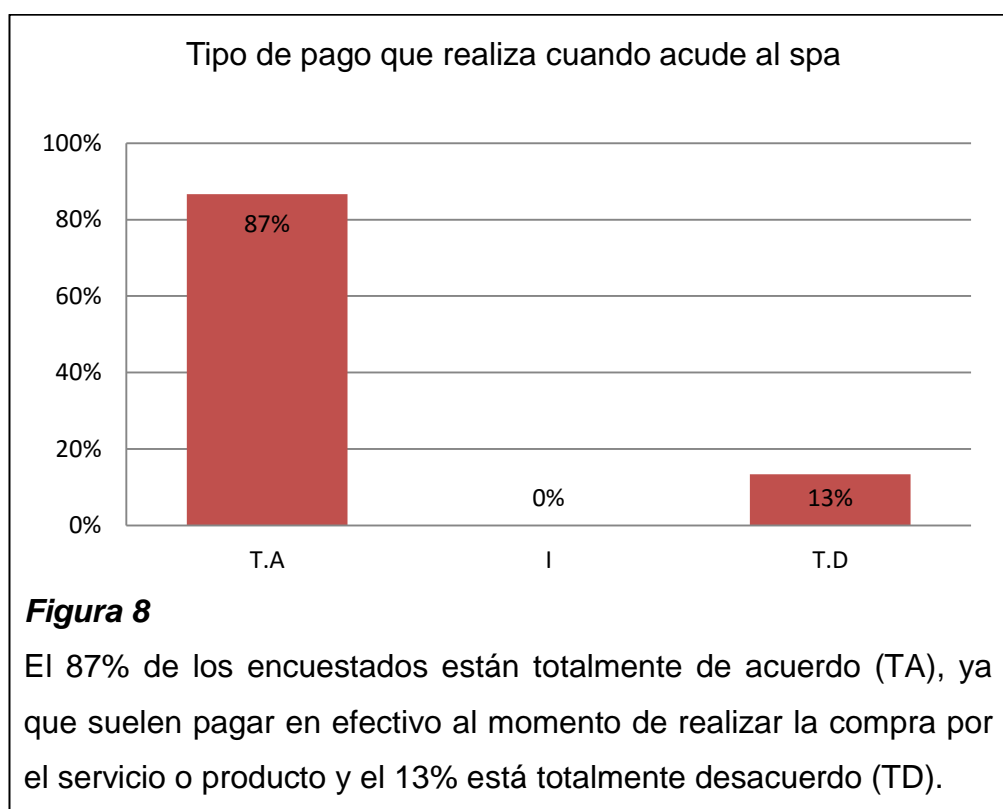


Figura 8

El 87% de los encuestados están totalmente de acuerdo (TA), ya que suelen pagar en efectivo al momento de realizar la compra por el servicio o producto y el 13% está totalmente desacuerdo (TD).

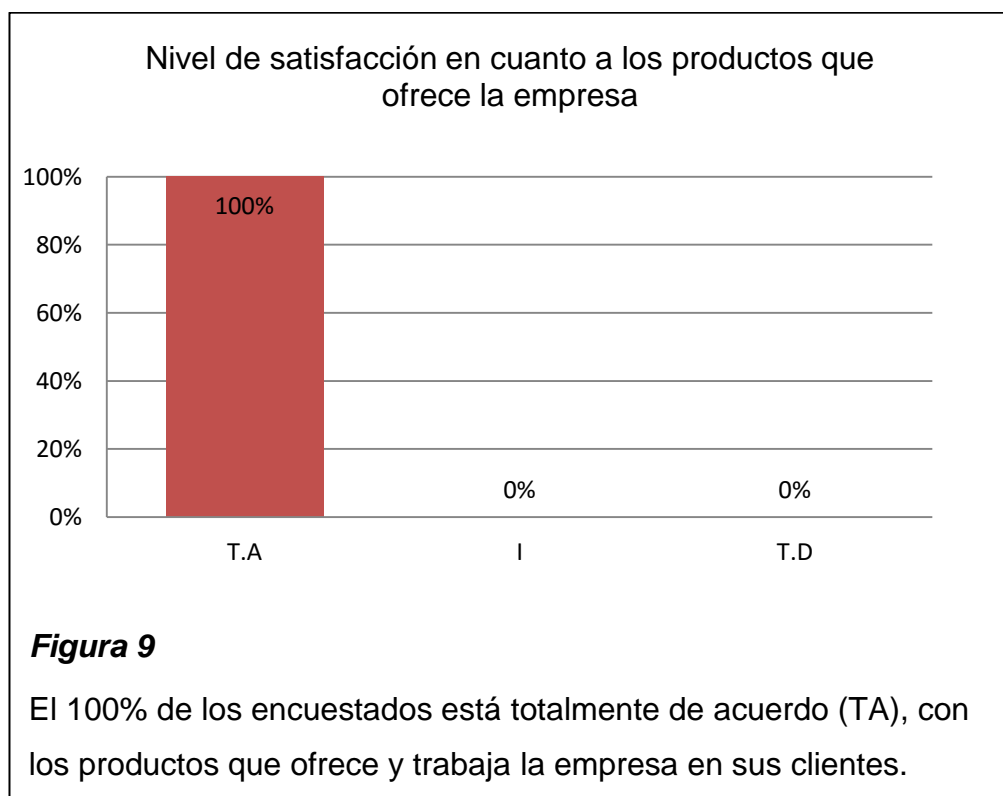
Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

Nivel de satisfacción en cuanto a los productos que ofrece la empresa.

PREGUNTA 4	T.A	I	T.D	Total
¿Está satisfecho con los productos que le ofrece la empresa?	15	0	0	15
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

Tabla 12

La infraestructura del spa es la adecuada para los clientes.

PREGUNTA 5	T.A	I	T.D	Total
¿Usted considera que el ambiente donde brinda los servicios es el adecuado?	15	0	0	15
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

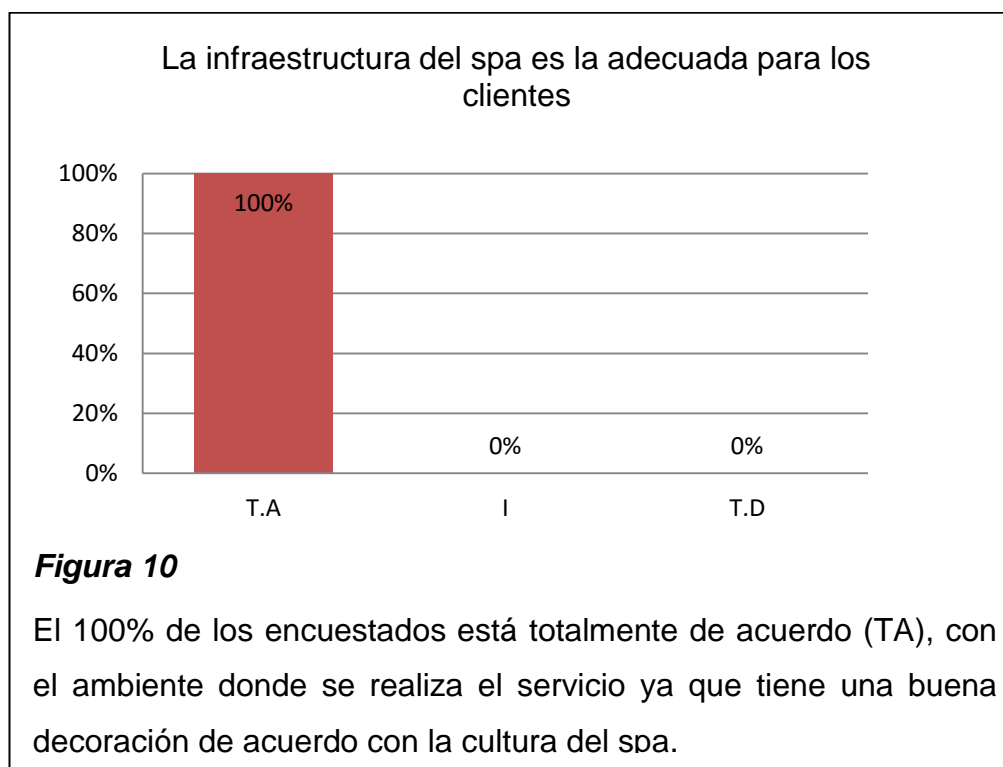


Figura 10

El 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo (TA), con el ambiente donde se realiza el servicio ya que tiene una buena decoración de acuerdo con la cultura del spa.

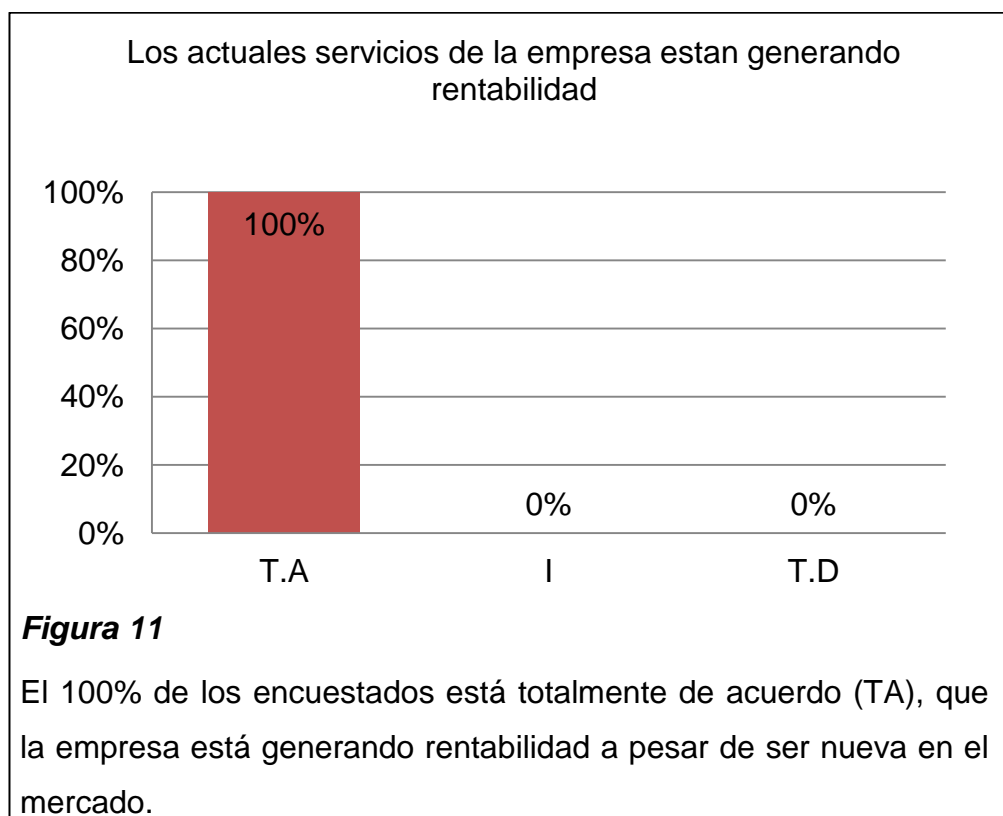
Fuente: Elaboración propia

Tabla 13

Nivel de rentabilidad del spa celestial touch.

PREGUNTA 6	T.A	I	T.D	Total
¿Los actuales servicios de la empresa están generando rentabilidad?	1	0	0	1
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Nivel de fidelidad de los clientes.

PREGUNTA 7	T.A	I	T.D	Total
¿Conoce usted cuáles son sus clientes más importantes?	1	0	0	1
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

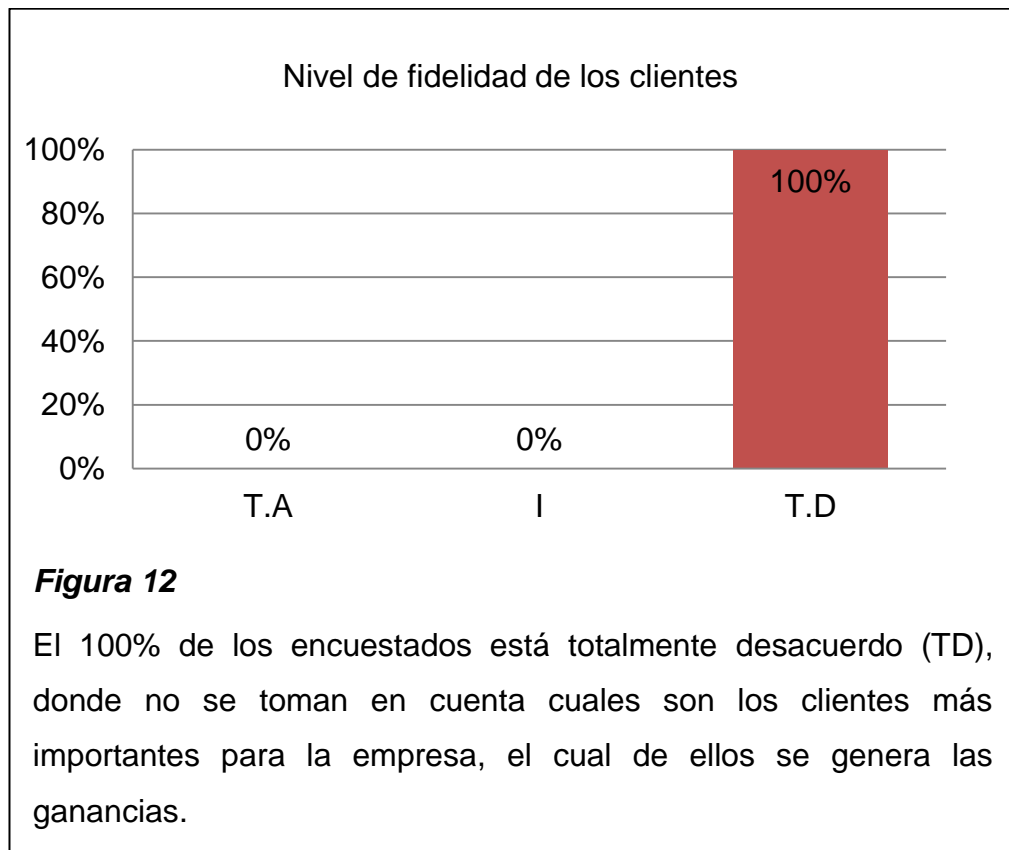


Figura 12

El 100% de los encuestados está totalmente desacuerdo (TD), donde no se toman en cuenta cuales son los clientes más importantes para la empresa, el cual de ellos se genera las ganancias.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

Nivel de estrategias del spa celestial touch.

PREGUNTA 8	T.A	I	T.D	Total
¿Usted ha establecido estrategias para retener sus clientes?	0	0	1	1
TOTAL	0%	0%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

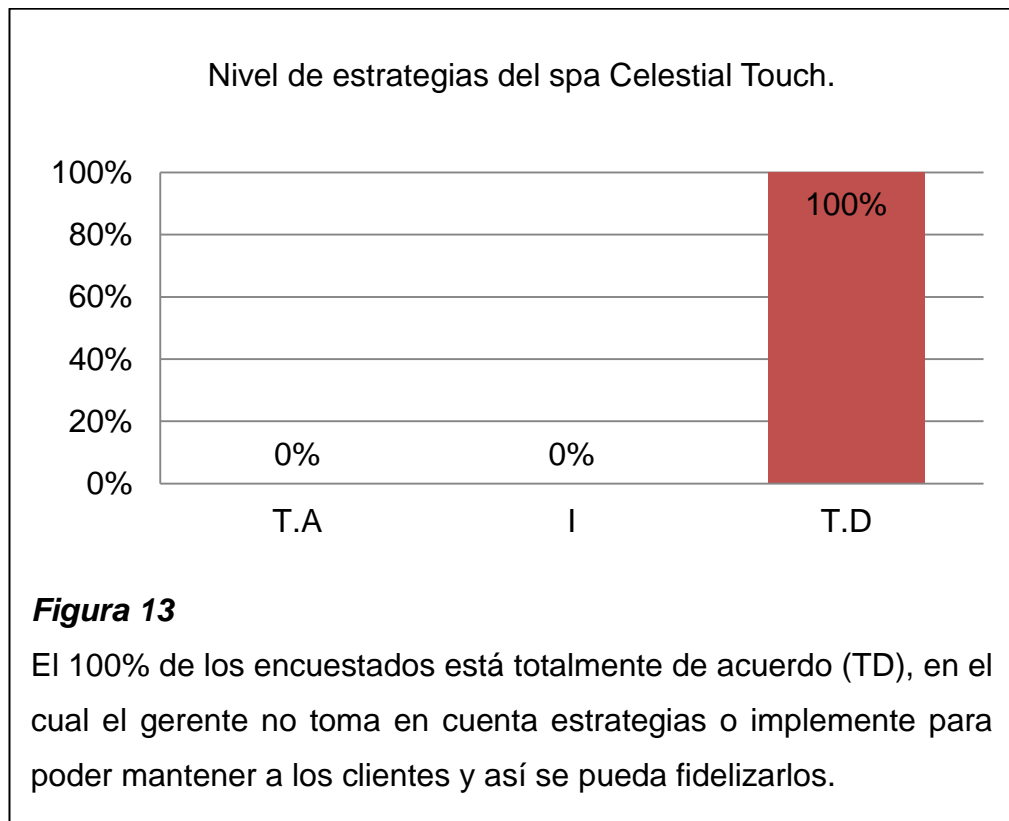


Figura 13

El 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo (TD), en el cual el gerente no toma en cuenta estrategias o implemente para poder mantener a los clientes y así se pueda fidelizarlos.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16

Seguimiento a los clientes claves.

PREGUNTA 9	T.A	I	T.D	Total
¿Actualmente realiza un seguimiento de sus clientes claves, ya que son importantes para su empresa?	0	0	1	1
TOTAL	0%	0%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

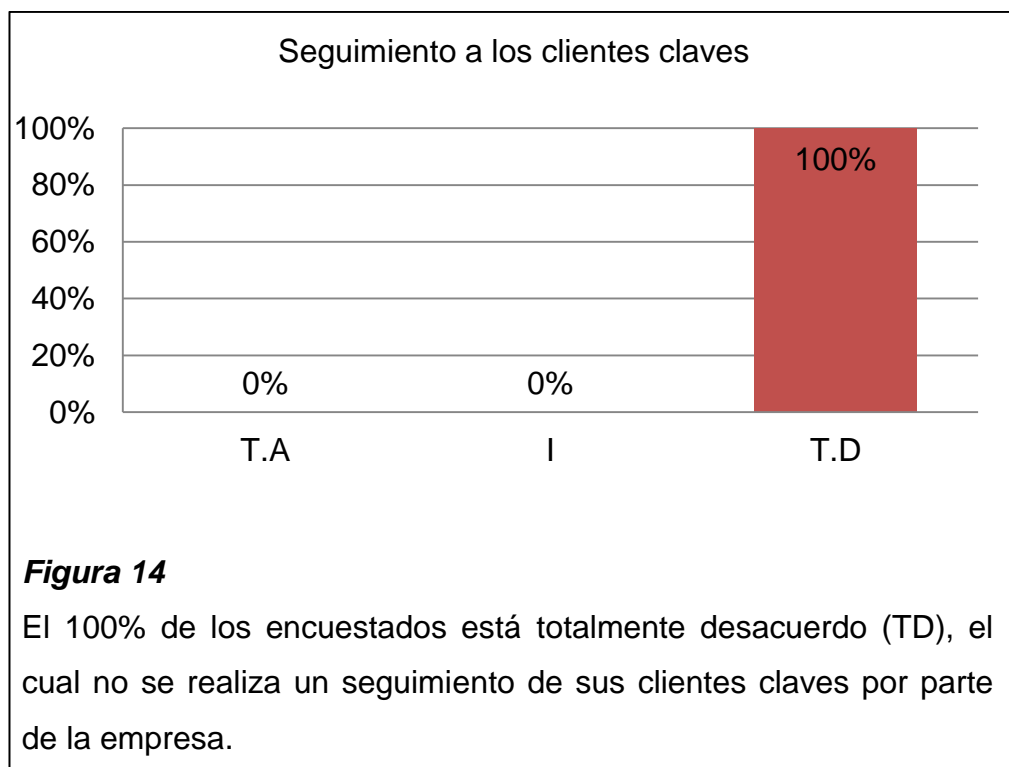


Figura 14

El 100% de los encuestados está totalmente desacuerdo (TD), el cual no se realiza un seguimiento de sus clientes claves por parte de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17

Nivel de innovación de los productos del spa.

PREGUNTA 10	T.A	I	T.D	Total
¿Usted considera que sus productos son innovadores?	1	0	0	1
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

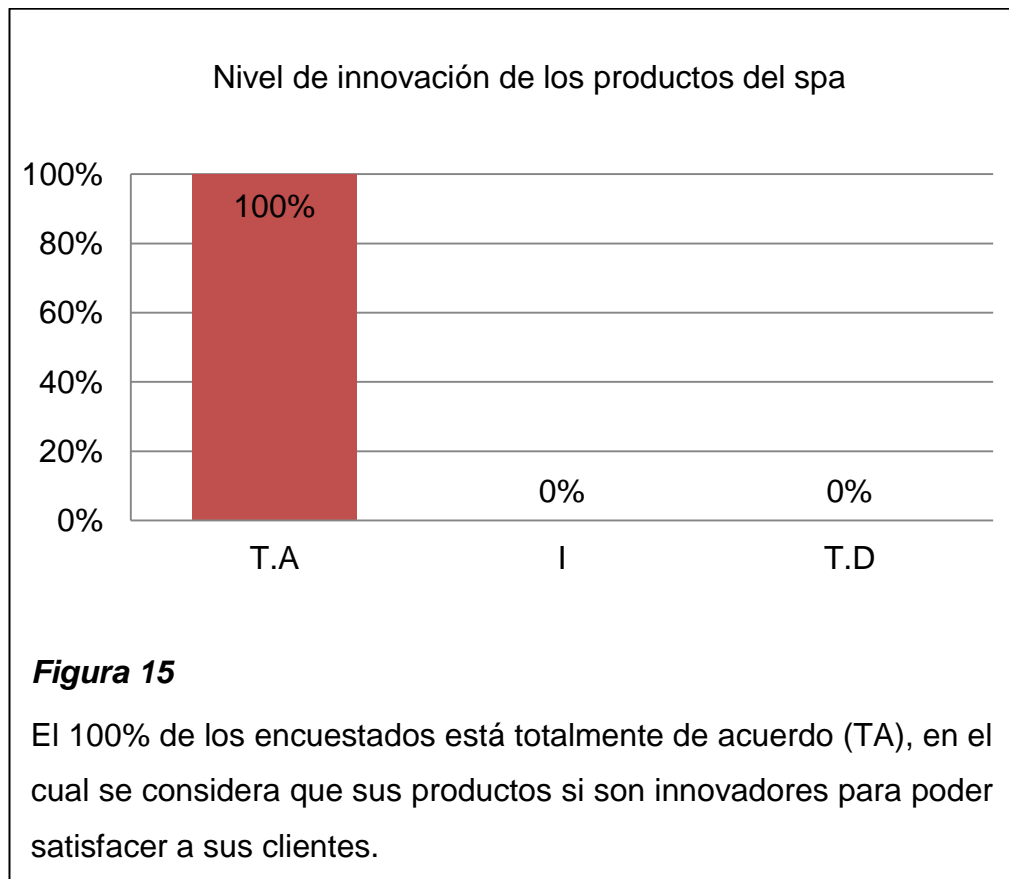


Figura 15

El 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo (TA), en el cual se considera que sus productos si son innovadores para poder satisfacer a sus clientes.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18

Importancia de la innovación para el spa celestial touch.

PREGUNTA 11	T.A	I	T.D	Total
¿Usted considera a la innovación como un factor importante para generar valor dentro de la empresa?	1	0	0	1
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

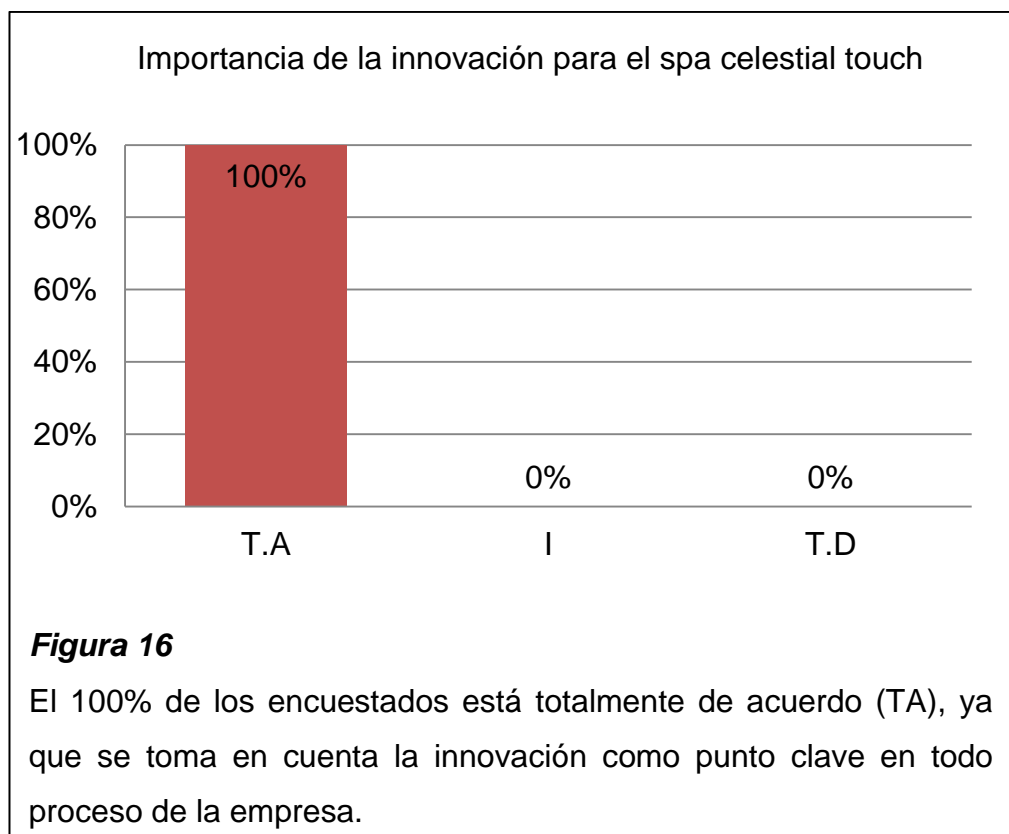


Figura 16

El 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo (TA), ya que se toma en cuenta la innovación como punto clave en todo proceso de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Nivel de tiempo que demoran en realizar los servicios en el spa.

PREGUNTA 12	T.A	I	T.D	Total
¿Tiene en cuenta el tiempo que demora en realizar el servicio al cliente?	1	0	0	1
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

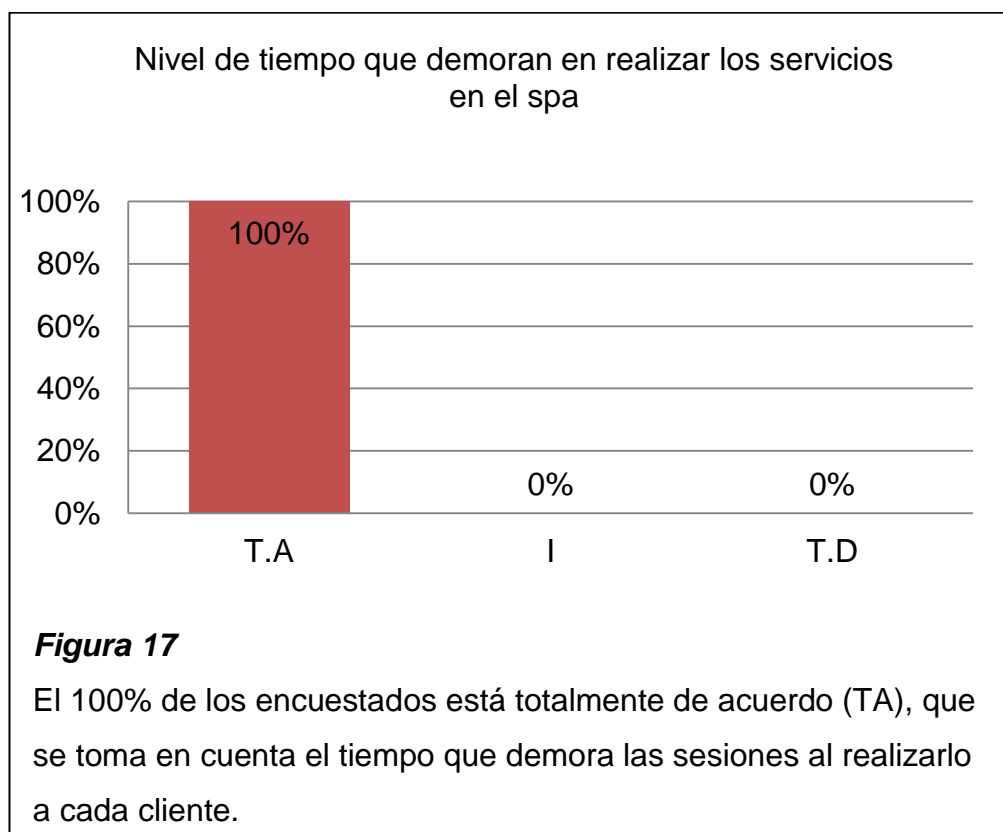


Figura 17

El 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo (TA), que se toma en cuenta el tiempo que demora las sesiones al realizarlo a cada cliente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

Recolección de información después de realizar la venta.

PREGUNTA 13	T.A	I	T.D	Total
¿Usted recolecta información luego de haber ofrecido el producto o servicio al cliente?	0	0	1	1
TOTAL	0%	0%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

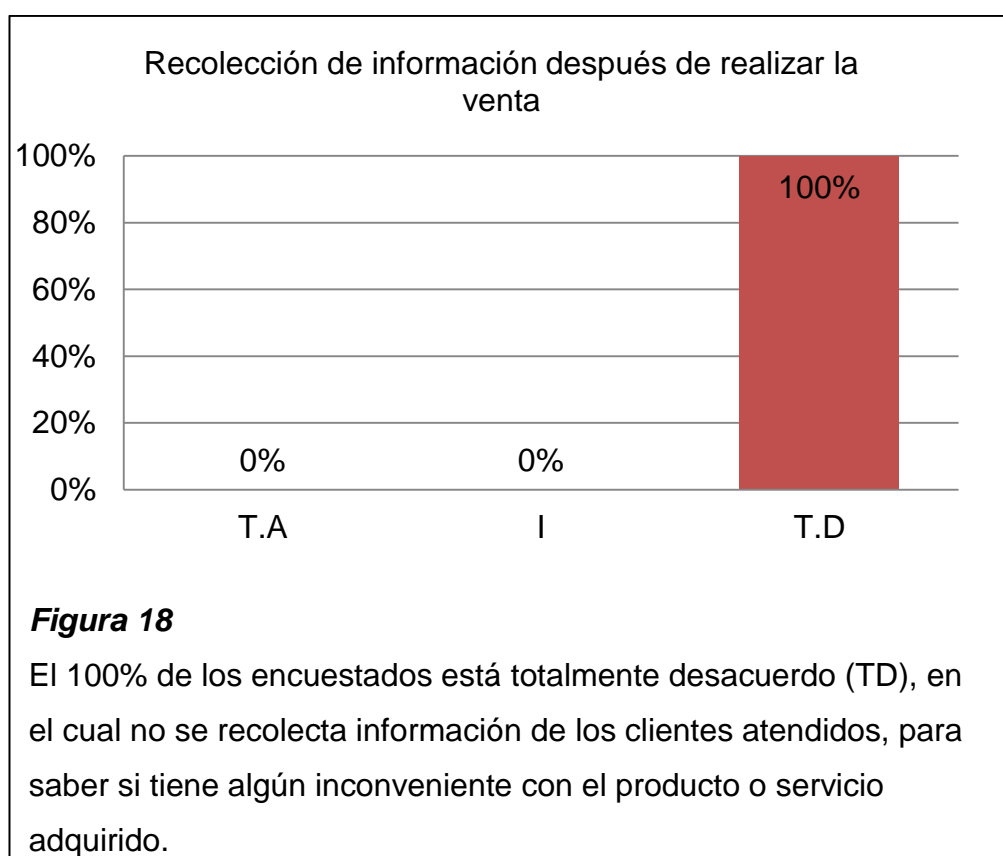


Figura 18

El 100% de los encuestados está totalmente en desacuerdo (TD), en el cual no se recolecta información de los clientes atendidos, para saber si tiene algún inconveniente con el producto o servicio adquirido.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21

Nivel de garantía que brinda el spa celestial touch

PREGUNTA 14	T.A	I	T.D	Total
¿Después que adquieren el servicio o producto en la empresa usted brinda algún tipo de garantía al cliente?	1	0	0	1
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

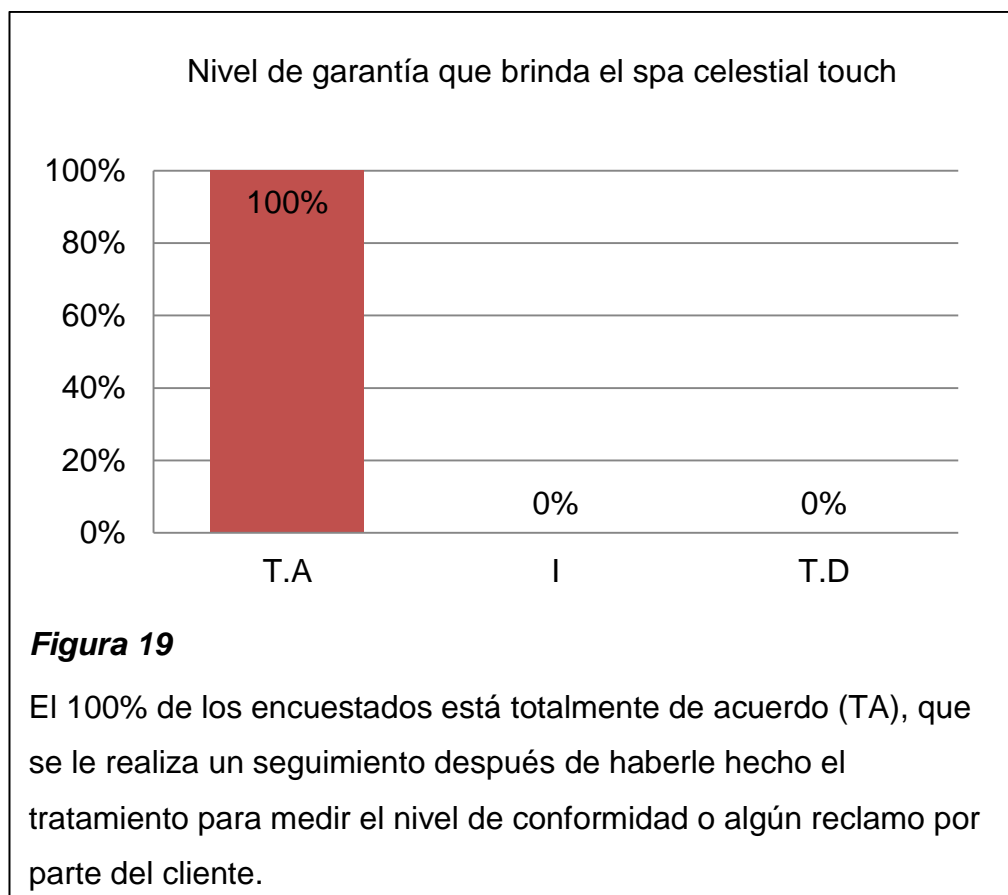


Figura 19

El 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo (TA), que se le realiza un seguimiento después de haberle hecho el tratamiento para medir el nivel de conformidad o algún reclamo por parte del cliente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22

Reconocimiento del desempeño laboral.

PREGUNTA 15	T.A	I	T.D	Total
¿En alguna oportunidad usted ha sido reconocido por haber realizado de manera correcta su trabajo?	0	0	1	1
TOTAL	0%	0%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

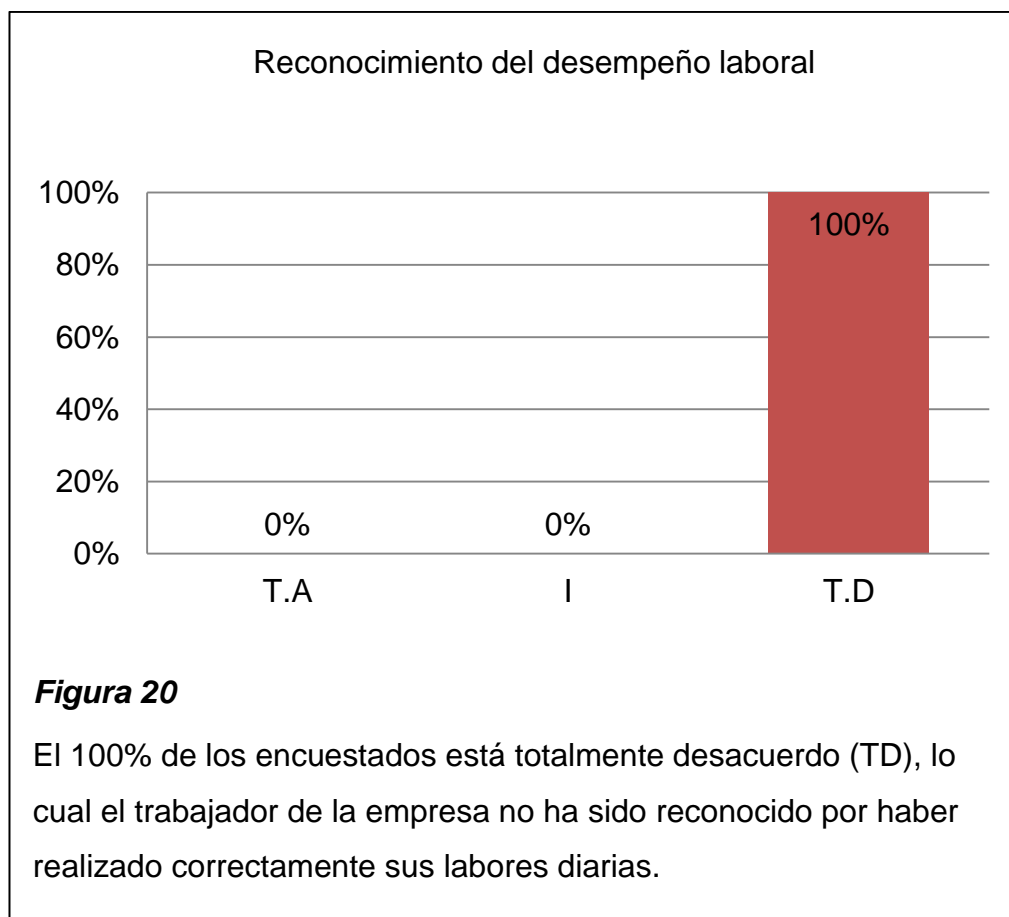


Figura 20

El 100% de los encuestados está totalmente desacuerdo (TD), lo cual el trabajador de la empresa no ha sido reconocido por haber realizado correctamente sus labores diarias.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

Nivel de rotación de los empleados del spa celestial touch.

PREGUNTA 16	T.A	I	T.D	Total
¿Constantemente usted suele rotar a sus empleados de la empresa?	0	0	1	1
TOTAL	0%	0%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

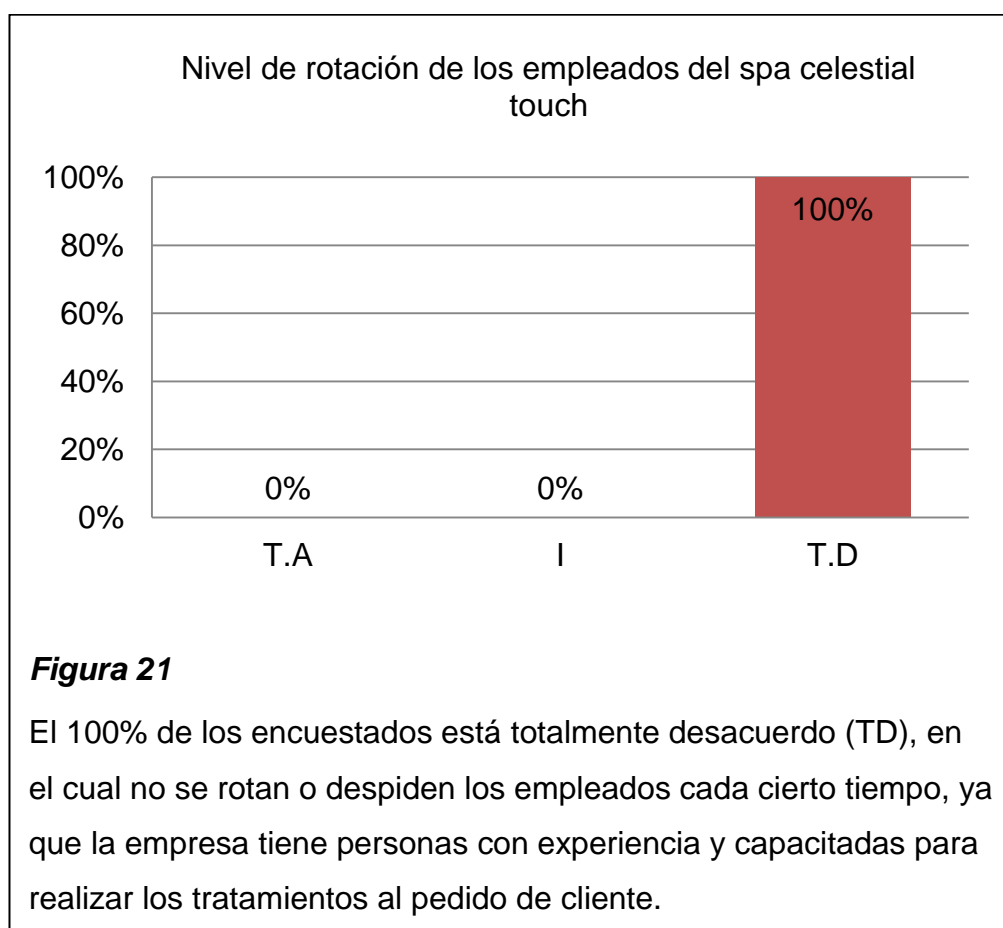


Figura 21

El 100% de los encuestados está totalmente desacuerdo (TD), en el cual no se rotan o despiden los empleados cada cierto tiempo, ya que la empresa tiene personas con experiencia y capacidades para realizar los tratamientos al pedido de cliente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24

Nivel de innovación de máquinas en el spa celestial touch.

PREGUNTA 17	T.A	I	T.D	Total
¿Actualmente usted cuenta con máquinas que le ayuden a mejorar su servicio?	1	0	0	1
TOTAL	100%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

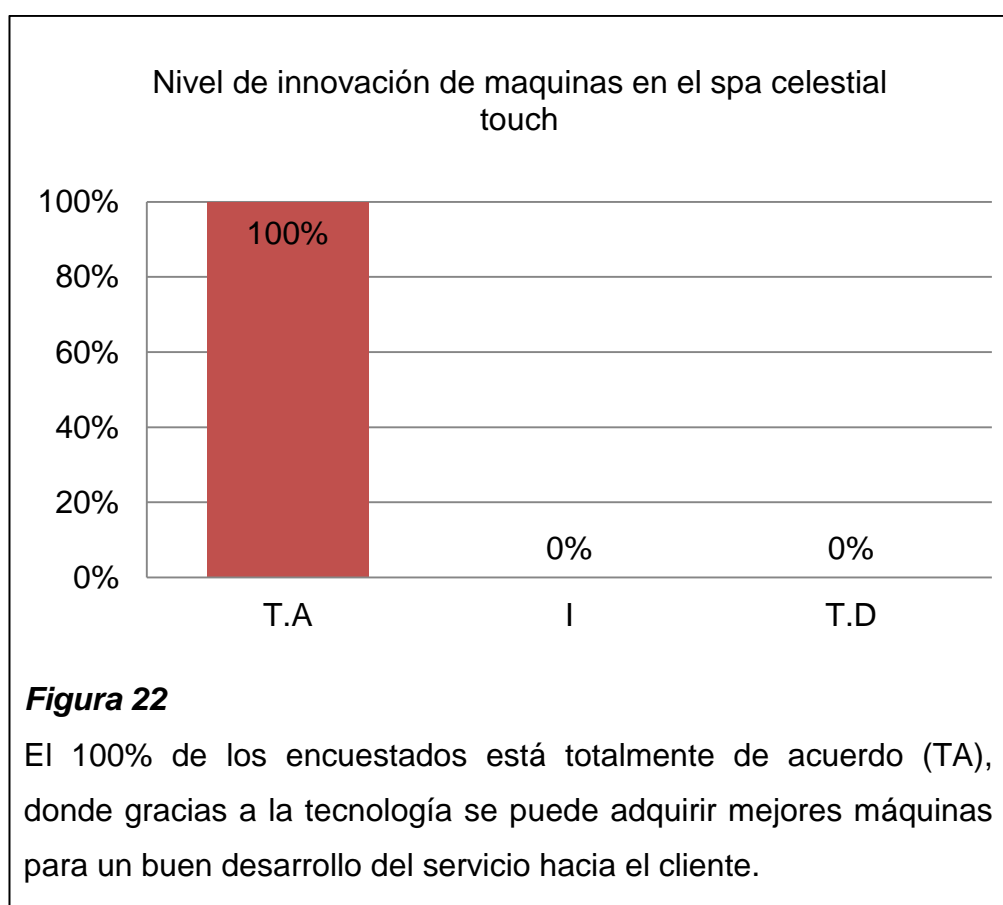


Figura 22

El 100% de los encuestados está totalmente de acuerdo (TA), donde gracias a la tecnología se puede adquirir mejores máquinas para un buen desarrollo del servicio hacia el cliente.

Fuente: Elaboración propia

4.2. Discusión de resultados

Al realizar el estudio en cuanto a la variable gestión, a través del cuestionario, encuestas se pudo determinar que la empresa no tiene una adecuada gestión.

El tema principal de los cuadros analizados, el spa si tiene rentabilidad pero no fideliza al cliente ni reconoce a sus empleados por el trabajo desempeñado, lo cual es perjudicial para la empresa ya que a través de los clientes se genera la rentabilidad.

Según los resultados obtenidos, a través de la medición del Balance Score Card podemos decir que en cuanto a los clientes la empresa Spa Celestial Touch no ha podido fidelizar a sus clientes debido a que no realiza un seguimiento del producto o servicio brindado evitando de esta manera la retención del cliente, si bien es cierto se brinda una garantía pero no se recolecta la información necesaria para saber si el cliente tiene alguna incomodidad, queja, insatisfacción en cuanto al producto o servicio brindando.

Al preguntar al gerente de la empresa si cuenta con estrategias para la retención de clientes respondió el 100% que esta desacuerdo, que no cuentan con ninguna estrategia, lo cual perjudica, lo más importante para la empresa es la retención de los clientes porque de ellos depende la rentabilidad, estabilidad y el éxito de la empresa.

En cuanto a los trabajadores del spa celestial touch, al realizar la encuesta el 100% respondieron estar totalmente desacuerdo, pues a ellos no se les reconoce por haber realizado su trabajo de manera correcta y eficiente, generando así una desmotivación laboral en la

empresa teniendo como consecuencia que el trabajador no se sienta identificado con la empresa.

Por esto se propone implementar un Plan estratégico para mejorar la gestión del spa celestial touch, a través del desarrollo de:

Análisis de la situación (se evalúa los factores externo e interno que afectan la empresa).

Diagnóstico de la situación (elaboración del FODA).

Objetivos corporativos estratégicos (el porqué, que queremos, en que creemos de la empresa).

Alianzas estratégicas.

El desarrollo de un plan estratégico produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que redundará en eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para los miembros de la organización.

La planificación estratégica permite pensar en el futuro, visualizar nuevas oportunidades y amenazas, enfocar la misión de la organización y orientar de manera efectiva el rumbo de una organización.

PROPUESTA DE LA INVESTIGACION

5.1. Título

Propuesta de un Plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo.

5.2. Objetivo

Aumentar la rentabilidad del spa Celestial Touch - Chiclayo, así mismo buscar posicionamiento en el mercado que competimos.

5.3. Análisis de la situación

5.3.1. Análisis externo

5.3.1.1. Análisis o evaluación externa (Análisis - PESTEC)

Fuerza social:

Por casi tres horas, una intensa lluvia registrada en la madrugada de este sábado afectó a los pobladores de Chiclayo. El hecho ha generado preocupación en distintas localidades del norte del país.

Los truenos y relámpagos alarmaron a decenas de familias quienes no eran testigos de la magnitud de este fenómeno desde 1998. Aquella vez dejó como saldo cuantiosos daños materiales, según reportó RPP Noticias.

Se conoce que algunos distritos de la región Lambayeque también resultaron afectados por la precipitación moderada.

De esta manera la ciudad capital amaneció con varios charcos de agua mientras que en otras zonas el hecho ha impedido el tránsito vehicular.

Las autoridades ya realizan los trabajos correspondientes para solucionar los puntos más afectados.

Fuertes lluvias afectaron a pobladores de Chiclayo por más de tres horas

Autoridades de la ONPE realizan un monitoreo para determinar si locales de votación han resultado afectados.

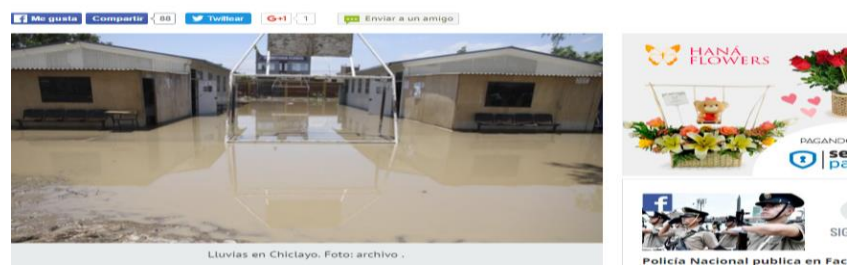


Figura 23 Lluvias que afectan a pobladores de Chiclayo.

Fuente: Diario La República.

<http://larepublica.pe/sociedad/758674-fuertes-lluvias-afectaron-pobladores-de-chiclayo-por-mas-de-tres-horas>

El gerente operacional de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento de Lambayeque (EPSEL), Gustavo Castellanos Custodio, manifestó que vienen desarrollando actividades inmediatas en los colapsos del sistema de alcantarillado presentando en el distrito de José Leonardo Ortiz; en las calles Próceres, Panamá, Venezuela, Pasaje Latina, Cahuide, entre otros.

“El mal uso del desagüe doméstico en diferentes sectores del distrito vienen generando la obstrucción y deterioro de las tuberías, a ello se suma la evacuación de las aguas de

lluvia por parte de los vecinos, que abriendo las tapas de los buzones han arrojado bastante sedimento, colapsando el sistema de alcantarillado en dichas calles que se encuentra sin pavimentar”, agregó.

El funcionario invocó a los moradores de José Leonardo Ortiz un mayor compromiso en cuidar el sistema de alcantarillado, haciendo un buen uso de los desagües y evitando el arrojado de basura, sedimentos y residuos sólidos.

“De esta forma contribuiremos en preservar la infraestructura sanitaria, a la vez que solicita su comprensión a la comunidad leonardina ya que las autoridades vienen coordinando diversas acciones”, finalizó.

Chiclayo: EPSEL intervino colapsos producidos en distrito de José Leonardo Ortíz

Entidad recomendó a sus usuarios a utilizar adecuadamente el alcantarillado para evitar obstrucciones de las tuberías



Figura 24 Intervención de EPSEL frente a colapsos en José Leonardo Ortiz.

Fuente: Diario La República.

<http://larepublica.pe/sociedad/741538-chiclayo-epsel-intervino-colapsos-producidos-en-distrito-de-jose-leonardo-ortiz>

Fuerza económica:

Subir sueldo mínimo y reactivar economía, entre los pedidos al presidente.

Ya es hora de subir sueldos

Carmela Sifuentes

Presidenta de la CGTP

Los trabajadores no hemos sido escuchados ni atendidos con la agenda que hemos presentado en su oportunidad, por lo que esperamos que durante el mensaje del presidente Ollanta Humala por Fiestas Patrias anuncie el incremento de la Remuneración Mínima Vital (RMV). Consideramos que ya debe incrementarse porque los sueldos deben ser dignos, pero aún tenemos dudas porque nos han dado la espalda a pesar de que apoyamos a la gran transformación. Seguiremos en la lucha para que los próximos candidatos a la presidencia se preocupen por los trabajadores maltratados.

Subir sueldo mínimo y reactivar economía, entre los pedidos al presidente

Fiestas patrias. Líderes empresariales y dirigentes gremiales demandan también mayores inversiones, facilitación de las exportaciones, apuntalar la presencia energética nacional, revisión de las concesiones portuarias, un fondo para el agro y otros.

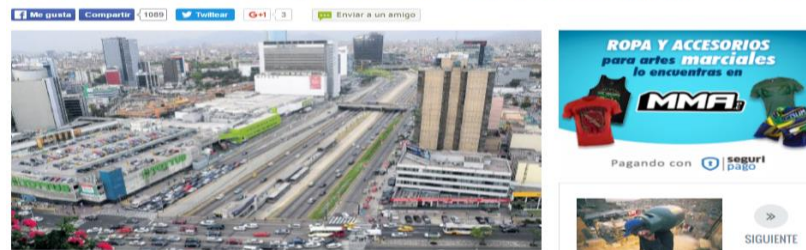


Figura 25 Pedido al presidente sobre aumento de sueldo mínimo y reactivación de la economía.

Fuente: Diario La República.

<http://larepublica.pe/impresa/economia/18260-subir-rmv-y-reactivar-economia-entre-los-pedidos-al-presidente>

Fuerza política:

Perla Polo Salés Chiclayo.

La municipalidad del distrito de José Leonardo Ortiz podría quedarse sin Fondo de Compensación Municipal (Foncomun), debido a la ausencia de obras de gran envergadura por la falta de gestión del alcalde Epifanio Cubas Coronado.

El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) hace unos días habría dado un ultimátum a la comuna, cuya autoridad edil tendrá que revertir la situación actual del populoso distrito leonardino.

El dirigente de los trabajadores ediles, Grimaldo Fernández Saucedo, aseguró que si el burgomaestre hace caso omiso, el MEF ya no enviaría el Foncomun que es entregado de forma mensual para proyectos de

inversión y pago de todos los que laboran en la comuna. Explicó que el presupuesto es cerca de 900 mil soles, de ello el 70 % es para cubrir los salarios de los trabajadores y el 30 % es utilizado para invertir en obras para el mejoramiento de la localidad. “Esta vez el capital solo ha llegado a 610 mil soles, cifra que no alcanzará para cubrir los sueldos de todo el personal municipal”, expresó. Asimismo dijo que tienen conocimiento de aquello, porque los representantes del MEF enviaron un documento llamándoles la atención a Cubas Coronado. “La gestión de Epifanio Cubas está fallando, actualmente hay una recaudación muy baja y esto se debe a que los leonardinos no ven obras. Además las pérdidas han aumentado y sobrepasan los 60 millones de soles”, sostuvo.

Municipalidad de José Leonardo Ortiz se podría quedar sin Foncomun

Me gusta Compartir 5 Twittear +1 0 Enviar a un amigo



Figura 26 José Leonardo Ortiz se podría quedar sin FONCOMUN

Fuente: Diario La República.

<http://larepublica.pe/imprensa/politica/767345-municipalidad-de-jose-leonardo-ortiz-se-podria-que-dar-sin-foncomun>

Fuerza tecnológica:

Celestial Touch, ofrece el servicio de internet para que sus clientes realicen consultas, separen cita, reclamos, etc.

Otro aspecto a considerar es el avance tecnológico como mecanismo de inclusión, de poblaciones aisladas al sistema. Bajo este esquema, cabe mencionar que el número de usuarios de internet a nivel mundial es de 9 158 millones.

Este factor es importante para considerar el reforzamiento en la implementación de plataformas virtuales de atención de servicios públicos.

Para el caso peruano, el número de suscriptores al servicio de acceso a internet ha experimentado una variación del año 2010 respecto al 2006 aproximada de 43.2%.

**Evolución del servicio de acceso a Internet
2006 - 2011**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011 ^{1/}
Suscriptores del servicio de acceso a internet*	658,764	732,376	757,198	830,638	943,423	1,078,184

Fuente: Perú en Números 2012

1/ Preliminar

* Corresponde al número de suscriptores de acceso a internet, vía las modalidades de dial-up de telefonía fija, líneas dedicadas alámbricas e inalámbricas. ADSL y cable módem a fin de período de cada año

Figura 27 Plataformas virtuales de servicio a internet

Fuente: Diario La República.

Fuerza Ecológica:

A más de 100 días de haberse iniciado una nueva gestión edil en José Leonardo Ortiz, la situación en la que está el distrito sigue siendo lamentable.

Calles polvorientas, avenidas abarrotadas de basura, delincuencia y varias obras inconclusas es el panorama que se observa en el distrito leonardino, donde los vecinos se sienten nuevamente decepcionados de sus autoridades, principalmente del alcalde Epifanio Cubas.

Otro de los problemas que lamentablemente se ha convertido en una característica del distrito, es la contaminación. Las principales avenidas como Balta, Sáenz Peña, México o Chiclayo, tienen en casi todas sus esquinas grandes montículos de basura.

En esta última avenida, los residuos que son arrojados por los vecinos a la vía, literalmente han bloqueado uno de los carriles, interrumpiendo y afectando una vez más a los transportistas.

"Lo que nos queda es quemarla, de lo contrario la basura continuará allí acumulada", refieren los vecinos.

José Leonardo Ortiz: No hay cambios en el distrito más populoso de Lambayeque

Aún no se observan resultados de la gestión del alcalde Epifanio Cubas y el distrito continúa en abandono.

Me gusta Compartir (172) Twittear G+1 0 Enviar a un amigo



ATRÉVETE A CAMBIAR TU VIDA
INSCRÍBETE EN
BODYTECH

PAGANDO CON **seguri pago**

Huaico interrumpe por doce horas tránsito en la vía "Fernando"

SIGUIE

Figura 28 Obras inconclusas y el arrojo de basura.

Fuente: Diario La República.

<http://larepublica.pe/06-04-2015/jose-leonardo-ortiz-no-hay-cambios-en-el-distrito-mas-populoso-de-lambayeque>

Chiclayo. Con el objetivo de promover en la población leonardina una conciencia y cultura ambiental que les motive a poner en práctica algunas recomendaciones básicas para cuidar el medio ambiente y mejorar la calidad de vida, los jóvenes que participan en el Programa de Liderazgo Juvenil de la Escuela de Líderes para el Desarrollo de José Leonardo Ortiz, realizan hoy, en horas de la mañana, una feria ecológica en la Institución Educativa N° 10878 "Pedro Pablo Atusparia", de dicho distrito.

Escuela de líderes organiza feria ecológica en José Leonardo Ortiz

Me gusta Compartir 0 Twitlear G+1 0 Enviar a un amigo

Chiclayo. Con el objetivo de promover en la población leonardina una conciencia y cultura ambiental que les motive a poner en práctica algunas recomendaciones básicas para cuidar el medio ambiente y mejorar la calidad de vida, los jóvenes que participan en el Programa de Liderazgo Juvenil de la Escuela de Líderes para el Desarrollo de José Leonardo Ortiz, realizan hoy, en horas de la mañana, una feria ecológica en la Institución Educativa N° 10878 "Pedro Pablo Atusparia", de dicho distrito.



Figura 29 Conciencias y cultura ambiental, para motivar el cuidado del medio ambiente.

Fuente: Diario La República.

<http://larepublica.pe/imprensa/sociedad/725532-escuela-de-lideres-organiza-feria-ecologica-en-jose-leonardo-ortiz>

Tabla 25 Análisis Pestec – MEFE

FUERZAS DEL MACROENTORNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTOR SOCIAL	<p>La entidad prestadora de servicios de Lambayeque (EPSEL), acude rápidamente al llamado de las empresas en la urbanización Latina.</p> <p>La influencia occidental ha generado que la sociedad se peruana se preocupe cada vez por su imagen personal.</p>	<p>Las intensas lluvias (fenómeno del niño) pueden ocasionar que las calles se llenen de agua impidiendo el tránsito vehicular, afectando que los clientes tengan el acceso al Spa.</p> <p>La mal educación del poblador de urbanización Latina arrojando basura, ocasiona las obstrucciones de las alcantarillas, lo cual dará el inicio al rebalse miento de los buzones.</p>
FACTOR ECONOMICA	<p>La estabilidad económica ha permitido que las personas destinen buen parte de sus ingresos a la apariencia física.</p> <p>El uso de tarjetas de crédito y débito.</p>	<p>Huelgas, reclamos o quejas que se pueden realizar por parte de los trabajadores de la organización, al no querer aumentarles el sueldo.</p> <p>Aumentar el salario a los trabajadores, ocasionara que la empresa aumente sus</p>

FACTOR POLITICA	<p>precios de servicios o productos, lo cual puede causar que el cliente deje de asistir debido al incremento del precio.</p>
FACTOR POLITICA	<p>La mala gestión del alcalde de José Leonardo Ortiz puede conllevar que la municipalidad se quede sin FONCOMUN, por la ausencia de obras, en la cual se ven afectadas las empresas de José Leonardo Ortiz debido a la falta de pavimento de las calles.</p>
FACTOR POLITICA	<p>La incertidumbre de la estabilidad política actualmente en el país.</p>
FACTOR TECNOLOGICA	<p>Soluciones de negocio a través de la tecnología (redes sociales).</p>
FACTOR TECNOLOGICA	<p>Desarrollo acelerado de las tecnologías de información y comunicación, lo que hace posible abordar mercados masivos y a</p>

distancia, con bajos costos de transacción (por ejemplo, a través de nuevos canales de atención como plataformas virtuales de atención).

El Perú tiene un acceso a una gran variedad de productos de alta tecnología y calidad.

FACTOR ECOLOGICA	Participar en el programa verde de recojo de la basura, en bolsas de plásticos lo cual se separa lo que se puede reciclar, ejercer liderazgo ambiental.	Ocurrencia de desastres naturales o siniestros que pueden afectar la operación de la empresa. La falta de dinero impide el pago a los trabajadores de recojo de basura, lo cual la basura se encontrara acumulada en la Av. Saeñz peña – Plaza Civica.
------------------	---	--

Fuente: elaboración propia.

Tabla 26 Matriz MEFE.

FACTOR EXTERNO CLAVE	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
La entidad prestadora de servicios de Lambayeque (EPSEL), acude rápidamente al llamado de las empresas en la urbanización Latina.	0.05	4	0.20
Las intensas lluvias (fenómeno del niño) pueden ocasionar que las calles se llenen de agua impidiendo el tránsito vehicular, afectando que los clientes tengan el acceso al Spa.	0.15	1	0.15
La mal educación del poblador de urbanización	0.10	1	0.10

Latina arrojando basura, ocasiona las obstrucciones de las alcantarillas, lo cual dará el inicio al rebalsa miento de los buzones.			
Huelgas, reclamos o quejas que se pueden realizar por parte de los trabajadores de la organización, al no querer aumentarles el sueldo	0.05	2	0.10
Aumentar el salario a los trabajadores, ocasionara que la empresa aumente sus precios de servicios o productos, puede causar que el cliente deje de asistir o incomodarlo	0.15	1	0.15

por esto.

La mala gestión del alcalde de José Leonardo Ortiz puede conllevar que la municipalidad se quede sin FONCOMUN, por la ausencia de obras, en la cual se ven afectadas las empresas de José Leonardo Ortiz debido a la falta de pavimento de las calles.	0.10	1	0.10
--	------	---	------

La incertidumbre de la estabilidad política actualmente en el país.	0.05	2	0.10
---	------	---	------

Soluciones de negocio a través de la tecnología (redes sociales).	0.10	4	0.40
---	------	---	------

Desarrollo acelerado de las tecnologías de información y comunicación.	0.05	3	0.15
Ocurrencia de desastres naturales.	0.05	2	0.10
La falta de dinero impide el pago a los trabajadores de recojo de basura, lo cual la basura se encontrara acumulada en la Av. Saeñz Peña – Plaza Civica.	0.05	2	0.10
Participar en el programa verde de recojo de la basura, en bolsas de plásticos lo cual se separa lo que se puede reciclar, ejercer liderazgo ambiental.	0.10	3	0.30
TOTAL	1		1.95

Fuente: elaboración propia.

Una amenaza importante (1)

Una amenaza menor (2)

Una oportunidad menor (3)

Una oportunidad importante (4)

En el ejemplo mostrado el resultado total ponderado de 1.95 muestra que esta empresa compite en una industria que está por debajo del promedio que quiere decir que ligeramente no pasa el 2.50, donde la empresa se encuentra en un ambiente con muchas amenazas y pocas oportunidades.

5.3.1.2. Análisis del Micro entorno con 5 fuerzas competitivas

Rivalidad entre competidores:

Su competencia de Celestial Touch, se encuentra en el sector belleza. Porque ofrecen el mismo rubro de servicios, en este caso nuestra mayor competencia directa sería los locales que se encuentran alrededor del spa, lo cual ofrecen servicios similares a los nuestros como reducción de peso, mascarillas faciales, exfoliadas, etc. Uno de nuestros competidores directos es el spa camilook, ya que a pesar que no ofrece servicios con máquinas, como celestial touch trabaja con productos similares.

La competencia en el sector está muy localizada en ciertas empresas dedicadas a ofrecer un servicio con algunas similitudes al nuestro. Para que nuestro spa pueda adoptar una estrategia eficiente, debe tener en cuenta quienes son sus competidores e intentar obtener información de ellos.

Amenaza de nuevos competidores:

Una baja cantidad de empresas tiene la capacidad de competir con Spa Celestial Tocuh, debido que en urbanización latina no se encuentran muchos spas con nuestro mismo tipo de servicio que ofrecemos.

Amenaza de productos sustitutos:

Quienes pueden actuar como sustitutos del Spa Celestial Touch son: Gimnasio, yoga, sala de belleza, masajes, sauna, entre otros. Entre estos tenemos gimnasio olympus.

Otro caso es que el único sustitutos son los mismos clientes ya que pueden aplicar procesos similares en casa como el planchado, manicure, pedicure, etc.

Poder de negociación de los proveedores:

Los insumos, maquinas suelen ser comercializados por una gran cantidad de empresas.

Poder de negociación de los clientes:

Los clientes de Spa Celstial Touch, son las personas naturales, las personas jurídicas; siendo su público objetivo. Elaborar algún tipo de negociación entre los clientes y el encargado de recepción en cuanto a los precios.

5.3.2. Evaluación interna

5.3.2.1. Análisis interno con AMOFHIT y luego elaborar la MEFI

Administración e gerencia.

Planeación:

El plan de acción de Celestia Touch está basado en el objetivo fundamental de ser el mejor spa para ayudar a los clientes a mejorar su imagen, proporcionándoles asesoría y soluciones adecuadas.

La empresa Celestial Touch tiene una organización bien definida, aplicando conceptos de gerencias y explorando las nuevas condiciones de mercados, esa actitud le permite ajustar el proceso de producción acorde con las demandas identificadas combinando procesos.

La gerencia suele tener el control sobre los elementos que intervienen en el proceso y los factores que tienen en cuenta, optimizar el uso del espacio, minimizar los consumos energéticos. Eliminar movimientos innecesarios de materiales y mano de obra.

Organización:

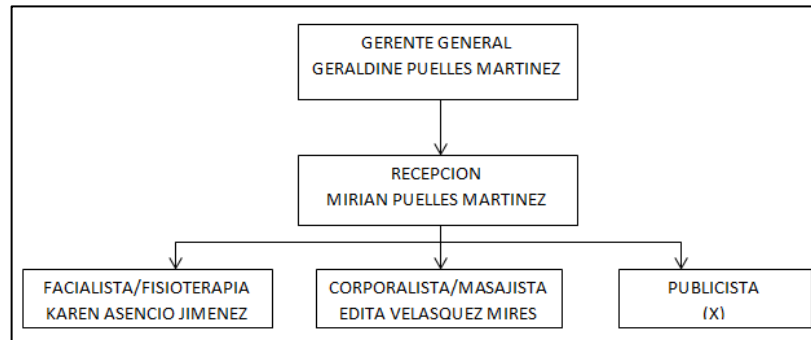


Figura 30 Organigrama estructural del spa celestial touch.

Fuente: elaboración propia.

Motivación:

Para que los trabajadores del Spa Celestial Touch, se encuentren motivados se promoverá ciertos estímulos positivos donde estén de la mejor manera motivados para poder ejercer sus labores diarias y así llevar a cabo los objetivos.

Reconocimiento al empleado de mes, ya que realizó sus actividades correctamente, mostrando el esfuerzo, las ganas por pertenecer a la empresa.

Promover la participación del empleado en las reuniones de los trabajadores.

Asignar nuevas responsabilidades.

Factor humano:

El factor humano hoy en día, es muy importante ya que gracias a ellos la empresa puede salir adelante,

mantenerse en el mercado, etc. Por eso toda empresa debe tener en cuenta siempre su capital interno llamado trabajadores.

Celestial Touch recluta, selecciona y capacita periódicamente a su personal.

Personal joven plenamente capacitado y experimentado.

Brinda oportunidades de empleo.

Ofrece línea de carrera.

Control:

Celestial Touch, llevara un control en sus colaboradores para ver cómo se están desarrollando cuando un cliente llega a las instalaciones del spa, así mismo un control en las ventas diarias que realiza, en su publicidad mediante su página web, con el fin de evaluar cómo se están llevando a cabo sus objetivos.

Marketing.

Producto o servicio:

Spa Celestial Touch

Porque Celestial se refiere a algo mágico sin necesidad de saber inglés.

Porque explica que será mágica su experiencia.

Cremas.

Shampo.

Óleos aromáticos.

Inciensos y esencias que utilizamos para cada cultura para seguir disfrutando de ellas en casa.

Tratamientos Faciales:

- ★ Limpieza & exfoliación facial
- ★ Dermoabrasión
- ★ Lifting facial
- ★ Plasma Rico en Plaqueta (PRP)
- ★ Radiofrecuencia facial
- ★ Ionización facial
- ★ Mascarilla de colágeno
- ★ Mascarilla de Oro
- ★ Mascarilla de chocolate

Tratamientos Corporales:

- ★ Reductor corporal
- ★ Exfoliación corporal
- ★ Anticelulítico
- ★ Levantamiento de glúteos
- ★ Mesoterapia
- ★ Masajes relajantes
- ★ Masajes reductor

Figura 32 Servicios que ofrece celestial touch

Fuente: Baners de la empresa celestial touch.

Precio:

Los precios varían según el servicio que requiera el cliente.

Tabla 27 Precios de los servicios ofrecidos.

Servicios	Precios
Tratamientos	100-300 soles.

faciales	
Tratamientos corporales	120- 400 soles.
Masajes relajantes	40 soles la hora.
Limpieza y exfoliación facial	80 soles cada sesión.
Plasma rico en plaqueta	250 soles en cada sesión.
Reductor corporal	400 soles, 10 sesiones.
Masajes descontracturantes	40 soles la hora.
Oleos aromáticos	20-30 soles.
Inciensos y esencias	12-10 soles
Cremas	40-80 soles

Fuente: datos recopilados de la gerente de la empresa.

Plaza:

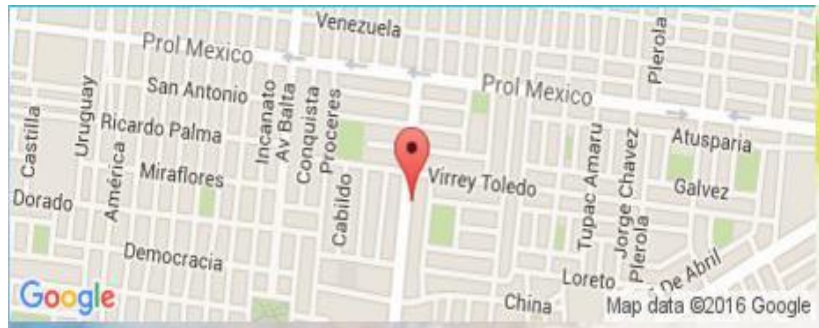


Figura 33 Ubicación del spa celestial touch

Fuente: Elaboración propia.

Promoción:

Spa Celestial Touch realizara su publicidad a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Página Web), volanteo en el mismo punto de la empresa, baners, volantar cupones en centros comerciales.

Descuentos en medios sociales (Facebook). Activaciones en centros comerciales con muestras de los servicios. Para dar a conocer los beneficios de nuestro servicio y el atractivo que ofrecemos en Spa Celestial Touch. Sus principales promociones se realizaran a través de tarjetas de crédito, facilitando el acceso rápido por parte de los clientes a la empresa.

Finanzas.

El Spa Celestial Touch se finanza mediante sus clientes, que se encuentra en el segmento de la belleza, porque estos tienen mayor participación en el mercado.

El spa cuenta con capital propio para financiar sus gastos diversos.

Producción u operaciones.

Los pasos que el Spa Celestial Touch utiliza para realizar sus operaciones.

Recepcionar al cliente.

Ofrecerle los servicios del Spa, escuchar lo que desea adquirir.

Ingreso a la camilla para tratar al cliente.

Finaliza miento del paquete que adquirió el cliente

Si el paquete de escogió requiere más sesiones, el cliente regresara a seguir por su tratamiento.

Sistema de información gerencial.

El spa Celestial Touch desarrollara un sistema de información gerencial donde recaba datos internos sobre finanzas, producto, servicio y los diferentes asuntos relacionados con el personal; estos datos se integran de tal manera que se apoyen la toma de decisiones para la gerencia.

Tabla 28 Análisis Amofhit - MEFI

FUERZAS DEL MICROENTORNO	FOTALEZAS	DEBILIDADES
ADMINISTRACIÓN/GERENCIA	<p>Direccionamiento estratégico adecuado y eficiencia en la administración de gastos.</p> <p>Empleados motivados, generara un buen desempeño</p> <p>Personal capacitado y con experiencia.</p>	<p>El trabajador puede que no cumpla sus labores determinadas diariamente cuando note la ausencia del administrador.</p>
MARKETING	<p>Producto / servicio diversificado.</p> <p>Alto nivel de publicidad por los diferentes medios.</p>	<p>Precios muy elevados, lo cual no sea accesible a los clientes.</p> <p>Valor de marca no consolidada, con un alto nivel de identificación</p>

		n y reconocimie nto por los pobladores de urbanizació n latina.
PRODUCCIÓN/OPERACIONES	Flujogramas detallados que sirven de procedimientos de pasos a seguir por parte del trabajador.	
FINANZAS	Capital propio suficiente para cubrir sus obligaciones.	Pocos clientes que asisten por el servicio ocasionand o baja rentabilidad para la empresa.
SISTEMA E GERENCIAL	INFORMACIÓN	Los sistemas informáticos necesitan ser actualizado s para poder

verificar el
número de
sesiones
que deben
ser
atendida.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 29 Matriz MEFI

FACTOR INTERNO CLAVE	PONDERACION	CLASIFICACION	RESULTADO PONDERADO
Direccionamiento estratégico adecuado y eficiencia en la administración de gastos.	0.12	4	0.48
Empleados motivados, generara un buen desempeño en nuestros trabajadores	0.15	4	0.60
Personal capacitado y con experiencia.	0.10	3	0.30
El trabajador puede que no cumpla sus labores determinadas diariamente cuando note la ausencia del administrador.	0.05	1	0.05
Producto / servicio diversificado.	0.05	3	0.15

Valor de marca no consolidada, con un alto nivel de identificación y reconocimiento por los pobladores de urbanización latina.	0.10	3	0.30
Alto nivel de publicidad por los diferentes medios.	0.05	4	0.20
Precios muy elevados, lo cual no sea accesible a los clientes.	0.08	1	0.08
Flujogramas detallados que sirven de procedimientos de pasos a seguir por parte del trabajador.	0.04	3	0.12
Capital propio suficiente para cubrir sus obligaciones.	0.08	3	0.24
Pocos clientes que asisten por el servicio ocasionando baja rentabilidad	0.13	1	0.13

para la empresa.

Los sistemas informáticos necesitan ser actualizados para poder verificar el número de sesiones que deben ser atendidas.	0.05	2	0.10
TOTAL	1		2.75

Fuente: Elaboración propia.

Una debilidad importante (1)

Una debilidad menor (2)

Una fortaleza menor (3)

Una fortaleza importante (4)

Para este caso, se observa que el resultado total ponderado de 2.75 indica que la organización está por encima del promedio lo cual posee de una fuerte posición interna en sus fortalezas.

5.3.2.3. Cadena de valor

Abastecimiento

Consiste en la planificación, organización y el control de procesos desde la compra hasta el servicio final que se le da al cliente.

Buscar y evaluar nuevos proveedores: La industria spa trabaja con insumos muy específicos pero al mismo tiempo diversos, en cuanto a la naturaleza propia de los distintos tratamientos y servicios que ofrece, pues por un lado, vende servicios faciales y por el otro corporales, por lo que un mismo proveedor no siempre podrá satisfacer las necesidades de compra que el negocio tiene. Buscar un proveedor para cada tipo de servicio que proporcionamos y establecer relaciones comerciales, por eso compararemos todo el tiempo, resultados y tarifas entre un proveedor y otro respecto a un producto similar, con base a las exigencias del servicio por parte de su cliente.

Manejar un archivo actualizado de las compras: Deben estar anotados todos los productos e insumos adquiridos, con sus características físicas y técnicas, con códigos de identificación, precios y condiciones de entrega y pago.

Negociar todo el tiempo: Precios, calidad, presentaciones, entrega, devoluciones y resurgimiento de mercancía se deben negociar de manera permanente para asegurar que estamos recibiendo lo mejor de los proveedores.

Prever las compras: Conforme conozcamos la demanda de los servicios y tratamientos que pide el cliente al Spa, será más fácil prever la compra de todo aquello que le posibilita dar esos servicios.

No almacenar: Es importante que no se confunda almacenar o aprovisionar con comprar; la función de compra tiene por objetivo adquirir los bienes y servicios que la empresa necesita, garantizando el abastecimiento de las cantidades requeridas en términos de tiempo, calidad y precio.

Desarrollo tecnológico

Todos tendrán acceso a la página web para que observen los servicios que ofrecemos, horarios de atención y comentario después de su experiencia. También podrán hacer sus citas y consultas en caso de dudas con la certeza de que serán contestadas a la brevedad ya que contaremos con una persona encargada de la página web y de la comunicación efectiva en las redes sociales.

Recursos humanos

Nuestro personal estará capacitado no solo para brindar un mejor servicio y buena atención a nuestros clientes, sino también para que puedan resolver cualquier inquietud con relación al tratamiento y a las culturas que estamos empleando. Para lograrlo el personal será

capacitado con charlas cada 4 meses para reforzar también el espíritu empresarial del negocio.

Infraestructura

Contamos con un amplio local, el spa, además de ambientes adecuados para cada servicio en específico. Con mucha iluminación y la decoración respectiva de acuerdo a la cultura de tendencia del spa.

Logística interna

Esta área se encargará de la recepción y el buen almacenamiento de los insumos, para evitar las pérdidas o descomposición de los insumos. Esta área es importante para nosotros ya que cuanto más aprovechemos nuestros insumos, no tendremos pérdidas de costos sino que más bien esto se traduce en ahorro.

Operaciones

Se encargará de controlar y manejar y llevar a cabo todo lo establecido en el área de abastecimiento estratégico verificando que todo se dé como lo planificado para poder brindárselo a nuestros clientes.

Logística externa

De esta área se encargarán los especialistas que se encontrarán en constante contacto con nuestros clientes, ya que ellos se encargarán de utilizar estos productos en los servicios que los clientes requieran.

Ventas

Buscará el posicionamiento de nuestro producto en el mercado, resaltando la diferencia de esta experiencia en nuestro spa que ofrecerá un momento inolvidable.

Servicios

Se brindará diversos tipos de tratamientos faciales y corporales para relajación y para la mejora de su salud. Adicionalmente para hacer satisfactoria la visita de nuestras clientas, estas podrán adquirir cremas, shampo, óleos aromáticos, inciensos y esencias que utilizamos para cada cultura para seguir disfrutando de ellas en casa.



Figura 34 Cadena de valor.

Fuente: Libro El plan estratégico en la práctica.

5.4. Diagnóstico de la situación

5.4.1. Matriz DAFO

Tabla 30 Matriz DAFO

	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
MATRIZ FODA SPA CELESTIAL TOUCH	<ol style="list-style-type: none"> Personal capacitado y experiencia con conocimientos en diferentes tipos de tratamientos corporales (japonés, hindú, etc.), y faciales. Amplia infraestructura, para la comodidad de cliente. moderna infraestructura y 	<ol style="list-style-type: none"> Empresa nueva en el mercado sin experiencia, sin respaldo. No se encuentra el spa posicionado en el mercado. Precios muy elevados. Bajo nivel de ventas. No recopila información en sus

equipamientos de alta tecnología. bases de datos.

4. empleados motivados

5. Diversificación de servicios y productos.

6. Alto niveles de publicidad.

7. capital propio para cubrir gastos.

OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
1. Ubicación del negocio con gran afluencia de clientes.	O2, O3, O6, F5, F6. Usaremos el internet para informar sobre los servicios que brindaremos, así como otros medios para mantenernos en contacto siempre con el cliente.	D1, D2, O3, O6. Promocionar los servicios por volantes, por redes sociales, banners, afiches para así los clientes tengan conocimientos del spa.
2. las personas destinen una parte de sus ingresos a la imagen personal.	O1, F2, F3. Ofrecer un espacio amplio y agradable para la comodidad de nuestros clientes..	D3, D4, O2. Ofrecer descuentos, promociones de los servicios del spa, para atraer clientes ya sea de la competencia.
3. Los pobladores se preocupan cada vez más por su imagen personal.	O5, O4, F1, F7. Adquirir las mejores máquinas	
4. Mejora tecnológica en maquinaria para		

los tratamientos. para brindar el mejor servicio y satisfacer las necesidades del cliente.

5. uso de tarjetas de crédito y débito

6. Uso de redes sociales.

AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
1. Clientes fieles a otros spa.	F6, A1. A2. Obsequiar tarjetas con descuentos en diversos servicios a nuestros clientes para que traigan invitados.	D1, D2, A1, A2. Analizar constantemente los servicios que brinda la competencia para poder ofrecer servicios similares pero con la diferencia del spa.
2. competencias con años de experiencia en el sector belleza.	F6, F7, O3. Concientizar a los vecinos que se encuentran alrededor del spa, para evitar el arrojado de basura a través del programa bolsita verde.	D3, D4, D5, Estudiar a nuestra competencia para así aprender de ellos.
3. Falta de educación de los pobladores de urbanización latina.		D3. D4. D5, Establecer descuentos en los servicios, y establecer estrategias para incrementar vetnas.
4. Huelgas o quejas por parte de los trabajadores		
5. alza de precios en los servicios o productos para los clientes.		

Fuente: Elaboración propia.

5.5. Sistema de objetivos corporativos

5.5.1. Misión

Somos una empresa que se dedica a resaltar la belleza natural de cada cliente con un servicio personalizado, masajes corporales, limpiezas faciales y mejorando la calidad de vida de nuestros visitantes, a través del uso adecuado de la tecnología con profesionales competentes.

5.5.2. Visión

En el año 2018 ser reconocida por los clientes, competidores y la sociedad, como líderes en el sector belleza en el distrito de José Leonardo Ortiz.

5.3.3. Valores

Liderazgo.

Innovación.

Amabilidad.

Compromiso.

Proactividad.

Responsabilidad.

Honestidad.

Deseo de superación y progreso.

5.6. Alianzas estratégicas

La empresa celestial touch no cuenta con alianzas estratégicas lo cual es una amenaza, ya que se encuentra alrededor de los gimnasios, salones de belleza. Por eso para minimizar el riesgo de pérdidas se formara alianzas estratégicas donde ambos tengas beneficios mutuos

Entonces la alianza estratégica es para la empresa, una opción estratégica de futuro para mantener su posición competitiva. En efecto con la alianza estratégica la empresa busca completar su estrategia de crecimiento, según los objetivos planteados en cada momento.

Fases de un proceso de alianza estratégica, en el cual se basara el spa celestial touch.

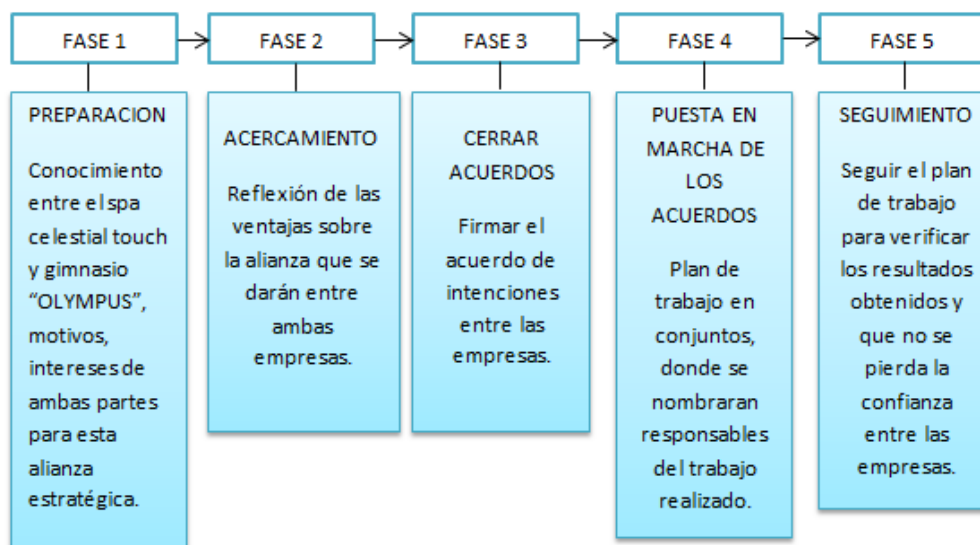


Figura 35 Modelo de una alianza estrategica

Fuente: Elaboración propia.

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	INVERSION
E.1 Desarrollar programas de capacitación, entrenamiento y motivación en los trabajadores.	Informar a los trabajadores sobre las políticas de la empresa.	Martínez Riofrío, Jordy Gary Silva Samame, Kerly Eliseth	S/. 200
	Entrenamiento de los trabajadores para la realización correcta de las actividades de la empresa.		
	Reconocimientos mensuales por el desempeño del mejor trabajador.		
E.2 Desarrollar mecanismos de control, seguimiento a los clientes importantes.	Programar inspecciones o controles mediante llamadas al cliente.	Martínez Riofrío, Jordy Gary Silva Samame, Kerly Eliseth	S/. 100
	Brindar descuentos a los clientes continuos que asisten al spa.		
E.3 Implementar un area de marketing para promocionar a la empresa.	Crear página web de la constructora.	Martínez Riofrío, Jordy Gary Silva Samame, Kerly Eliseth	S/. 100
	Actualizar cada mes la página.		
	Responsabilizar a un trabajador para que maneje adecuadamente la página de la constructora.		
E.4 Fortalecer las alianzas estratégicas con constructoras, ingenieros y proveedores	Recolectar información del beneficio de las alianzas estratégicas.	Martínez Riofrío, Jordy Gary Silva Samame, Kerly Eliseth	S/. 50
	Realizar un estudio de mercado para ver, quien será nuestro aliado.		
TOTAL			S/. 450

ESTRATEGIA			
IMPLEMENTAR UNA ÁREA DE MARKETING			
OBJETIVO Promocionar el nombre de la empresa para generar reconocimiento en el sector belleza de la comunidad de urbanización latina.			
JUSTIFICACIÓN La implementación del Área de Marketing es parte importante de toda empresa ya que genera la manera de cómo ser reconocida, a través de esta Área se puede llegar de una manera más directa con el cliente.			
META Para Setiembre del 2016 Tener implementado el Área de marketing			
PLAZO DE EJECUCIÓN Agosto del 2016			
RESPONSABLES Martínez Riofrio Jordy Gary Silva Samame Kerly Eliseth		CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN	
ACTIVIDADES		Ago.	Set.
Publicidad de la empresa a través de afiches, volantes, banners.		X	
Creación de página Facebook		X	
Crear una revista personal de los servicios que realiza la empresa.			X
PRESUPUESTO		Costo	
Presupuesto Agosto 2016		S/. 100.00	
Presupuestó Setiembre 2016		S/. 150.00	
RECURSOS A UTILIZAR			
FINANCIEROS TALENTO HUMANO PAGINAS WEB			

ESTRATEGIA			
FIDELIZAR AL CLIENTE			
OBJETIVO Promocionar la marca con el fin de construir vínculos emocionales y mayor lealtad.			
JUSTIFICACIÓN Incrementar la frecuencia y volumen de compra de los diferentes clientes.			
META Para Octubre del 2016			
PLAZO DE EJECUCIÓN Noviembre del 2016			
RESPONSABLES	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN		RECURSOS A UTILIZAR
Martínez Riofrio Jordy Gary Silva Samame Kerly Eliseth	Oct	Nov	FINANCIEROS TALENTO HUMANO
ACTIVIDADES	X		
Ofertas, promociones y descuentos	X		
Crear una base de datos, para medir cuanto está satisfecho el cliente, después de haber adquirido un servicio en la empresa.	X		
PRESUPUESTO Presupuesto Noviembre 2016	Costo S/. 100.00		

ESTRATEGIA			
OPTIMIZAR PROCESOS DE SELECCIÓN, CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DE LOS TRABAJADORES.			
OBJETIVO Mejorar que el personal administrativo, laboral, atención al cliente del spa para que estén capacitados en sus áreas respectivas y así poder actuar ante cualquier inquietud del cliente.			
JUSTIFICACIÓN Para que el personal este comprometido a favor de la consecución de los objetivos de la organización.			
META Para Octubre del 2016			
PLAZO DE EJECUCIÓN Octubre del 2016			
RESPONSABLES Martínez Riofrio Jordy Gary Silva Samame Kerly Eliseth	CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN		RECURSOS A UTILIZAR
ACTIVIDADES	Oct	Nov	FINANCIEROS TALENTO HUMANO
Capacitaciones a los trabajadores del spa.	X		
Talleres de simulacro para ver el nivel de desempeño de los trabajadores frente a los clientes.	X		
Entrenar al personal para un eficiente manejo de recursos.		X	
PRESUPUESTO	Costo		
Presupuesto Octubre 2016	S/. 300.00		
Presupuesto Noviembre 2016	S/. 150.00		

5.7. Plan de actividades

Tabla 31 Actividades del Plan estratégico.

N°	Dimensiones	Actividades	Responsable	Período	Costo
1	Análisis de la situación.	Desarrollar el análisis externo en el que se rodea la empresa. Desarrollar el análisis interno de la empresa.	Área administrativa	Agosto a Diciembre	s/.400.00
2	Diagnóstico de la situación.	Evaluar las oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas que tiene la empresa, para una buena toma de decisiones.	Área administrativa	Agosto a Diciembre	s/.250.00
3	Sistema de objetivos corporativos.	Formulación, desarrollo de los objetivos corporativos para la empresa.	Área administrativa	Agosto a Diciembre	s/.300.00
4	Alianzas estratégicas.	Determinar alianzas estratégicas para la	Área de Publicidad	Agosto a Diciembre	s/.200.00

empresa.

TOTAL

1150

SOLES

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La propuesta de un plan estratégico si mejorara la gestión, dado que al hacer el análisis para ver cómo se encuentra la gestión del spa Celestial Touch, a través del balanced score card da como resultado que no tiene una buena gestión, que solo se basa en el día a día, mas no en un plan a seguir, en lo cual al tomar una decisión pueda afectar a la empresa, a sus clientes, trabajadores. Entonces mediante la propuesta si se llevara a cabo una mejora en la empresa, para poder ser frente al entorno en el que se encuentra y poder competir en el mercado, así como lo que desea la empresa para un futuro.

Mediante el balanced score card, se midió la gestión de la empresa para ver cómo se encuentra en sus procesos, en su crecimiento, relación con el trabajador, etc. Entonces según lo realizado se pudo diagnosticar que la empresa no contaba con una buena gestión, entonces esto era una debilidad, amenaza para la empresa misma. Donde muchos trabajadores no se sienten satisfechos con sus labores ya que no se les toma en cuenta o se les reconoce por sus labores realizadas correctamente. A través del balanced score card si se pudo mejorar la gestión de la empresa, donde el gerente pudo observar su empresa internamente como está desarrollándose.

Según lo analizado la perspectiva financiera, a través de sus distintos servicios actuales que ofrece el spa celestial touch se llegó a la conclusión que, si generan rentabilidad lo cual es un beneficio importante ya que se generan ingresos para la empresa sobre la inversión realizada, tomando en cuenta que la empresa es nueva en el mercado donde no pasa el año, para poder establecer el uso de ratios.

La perspectiva de cliente, según lo analizado en las encuestas basadas en la gestión de la empresa, se pudo obtener resultados inesperados, donde afectan en parte al spa celestial touch y como al cliente también produciéndose pérdidas de estos, los clientes que acuden se encuentran satisfechos con los servicios y productos, pero el problema surge que no se establece un seguimiento de sus clientes importantes, ni se generan estrategias para retenerlos, ya que esto conllevaría a que los clientes, asistan por curiosidad ya que es nueva la empresa, y después dejen de concurrir por los servicios del spa al no poder retenerlos.

Según la perspectiva del proceso interno lo analizado se llegó a la conclusión que la empresa se encuentra bien internamente en sus procesos, ya que el gerente si considera a la innovación como un factor importante para generar valor en la empresa, tanto en máquinas, productos, también da garantías para sus clientes en caso de que ocurra un daño ante cualquier servicio realizado hacia el cliente, pero después de haber ofrecido un servicio el spa no recolecta información del trabajo realizado hacia el cliente, lo cual esto no permite medir si el cliente está satisfecho o no con el trabajo realizado.

Según la perspectiva del aprendizaje y crecimiento se llegó a la conclusión que el spa celestial touch, los trabajadores no son reconocidos por sus labores realizadas correctamente lo cual genera una desmotivación para poder atender al cliente que asiste al spa, en parte por la infraestructura es la adecuada según lo calificado por los clientes y por otra parte el gerente siempre considera a la innovación como un factor importante ya que adquiere máquinas que le ayuden a mejorar su servicio.

Se elaboró el plan estratégico para la empresa spa Celestial Touch, en lo cual va ser un plan a seguir por 3 años, ya que en esto se detalla toda la información en relación a la empresa, como su misión, visión, entorno, competidores, estrategias, etc. Esto mejorara y le permitirá tomar una decisión adecuada para la empresa, y a la ves mirar el entorno en el que compite, poder hacerle frente a sus competidores a través de alianzas estratégicas, disminuyendo así el riesgo de que la empresa desaparezca ya que es nueva en el mercado no mayor a 1 año.

RECOMENDACIONES

Implementar la presente propuesta de un plan para el mejoramiento de la gestión de la empresa, de la manera que se pueda identificar los cambios y evaluar los resultados en el manejo tanto a nivel de personal interno como la relación con los usuarios de los servicios de la entidad, lo cual mejorara la propuesta de el plan estratégico para el beneficio de la empresa. La aplicación de una planificación estratégica, le permitirá al spa celestial touch, lograr un desarrollo sistemático dentro de la organización y nuevas perspectivas en la toma de decisiones, manteniendo las directrices necesarias para encaminar sus esfuerzos hacia un objetivo en común que beneficie a todos.

Utilizar el modelo del balanced score card para medir la gestión actual y así mantener un control sobre los procesos que se dan en la empresa.

Según la perspectiva financiera, lo analizado se recomendaría que el spa celestial touch, siga así optando por la diversificación de ingresos, ya que a través de la variedad de productos y servicios que brinda generara un mayor ingreso lo cual afectaría de manera positiva aumentando su rentabilidad.

Para la perspectiva del cliente se recomendaría que se apliquen estrategias para poder fidelizar a los clientes que asisten al spa, ya que según lo analizado se demostró que los clientes acuden a la empresa por ser nueva o curiosidad, mas no vuelvan a regresar, por lo que optamos por recomendar estrategias como descuentos, promociones, para los clientes que concurren por los servicios del spa, y a la vez

realizarles un seguimiento a los clientes importantes o claves para la empresa, ya que de ellos obtenemos las ganancias.

Para la perspectiva del proceso interno se recomendaría que el spa, después de ofrecer algún tratamientos adquirido por el cliente se realice una recolección de información detallada, para poder medir si es que el cliente está satisfecho con el servicio adquirido o presenta alguna queja, molestia o alteración en la piel, lo cual al ocurrir esto podemos acceder al cliente tratándolo de darle una solución al problema.

Se recomendaría que para la perspectiva de aprendizaje y crecimiento, se realice algunas estrategias para aumentar la satisfacción del empleado para que de esta manera se encuentre comprometido y sea productivo para el spa, un empleado satisfecho rendirá mucho más de lo que se puede percibir, lo cual es favorable para el spa, ante esto se incentivara el reconocimiento del empleado del mes, así como también descuentos, si es que desean realizarse algún servicio ante el spa, reconocerlo ante todo los trabajadores de la empresa, etc. Así mismo a los empleados productivos se les retendrá, ya que según lo analizado en las encuestas los empleados suelen renunciar a la empresa o son despedidos, esto se debe a que ellos piden un aumento porque son conscientes que están realizando sus labores de una manera muy productiva para la empresa, que desean un aumento. Por lo cual se tratara de retener a los empleados que son productivos para la empresa, que generan y aportan valor.

Se recomienda elaborar el plan estratégico propuesto, para la mejor toma de decisiones para el spa celestial touch.

REFERENCIAS

- Alegre, V.J. (2004). La gestión del conocimiento como motor de la innovación: Lecciones de la industria de alta tecnología para la empresa. Castellon de la plana: Universitat Jaume I.
- Baca, A. D., & Tello, J. M. (2012). En su tesis denominada “Planeamiento estratégico para la empresa de transportes Chiclayo S.A.”
- Bedoya Bustos, Y., & Domínguez Gonzales, D. (2013) en su tesis: “Propuesta de un plan estratégico para la empresa Fundelec LTDA para afrontar el impacto TLC entre Colombia y Estados Unidos (trabajo para optar el título profesional de administrador de empresas).
- Cano del castillo, A., & Cifuentes, D.A. (2011) en su tesis:” Diseño e implantación de un pan estratégico para la empresa Disempark LTDA” (trabajo de grado para optar el título de tesis Universidad de la Salle Bogotá).
- Carranza, E. D. (2012). En su tesis denominada “Plan estratégico para mejorar la gestión de residuos sólidos en el distrito de Chiclayo, 2012 (tesis para obtener el título profesional en administración USS).
- D’Alessio, F. A. (2008). El proceso estratégico, un enfoque de gerencia. Pontificia universidad católica del Perú.
- Escudero Ramírez, L. B. (2011) en su tesis:” Uso de la plataforma informática del personal del sector educación y de su incidencia en la gestión administrativa de la educación pública de la

región Callao -2010” (tesis para optar el grado académico de Magister en Administración estratégica).

Fabasabi Huamán, K. I. (2014) en su tesis: “Formulación de un plan estratégico turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su desarrollo turístico sostenible. (Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración de turismo).

Fernández-Lambert, G., Ortiz Flores, F., Martínez-Mendoza, E., & Enrique García-Santamaría, L. (2013). Arbol de medios y metas para el diseño de un plan estratégico orientado a la satisfacción del cliente en una farmacia. (Spanish). Revista De La Ingeniería Industrial, 7(1), 1-12.

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=10&sid=2fd70d44-bddc-4bea-8837-02507e62999b%40sessionmgr115&hid=110>

Fernandez, S. y Delgado, B. (2011). Marca de experiencias: Marcando la diferencia. Colombia: estudios gerenciales Editor.

García Gonzales, F. (2011) en su tesis: “Diseño de un plan estratégico para una empresa distribuidora de repuestos para vehículos, ubicada en el Anaco Estado Anzoátegui (Barcelona)”.

Gómez, C. M., & Mendoza, L. K. (2013) en su tesis “modelo de gestión por competencias para la empresa ACMED S.A.C universidad Cartagena”.

Gómez, F. G., & Matuk, S. (2012). El aula del saber de Arequipa como formación de adultos para la creación de microempresas en el Perú. Cuadernos De Trabajo Social, 21155-168.

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=df643cf0-603b-4dbe-82e713c5e9712a61%40sessionmgr112&vid=0&hid=110&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=36363816&db=sih>

Gutiérrez López, C., Mauriz, J. L., & Culebras, J. (2015). El cuadro de mando integral como instrumento de gestión en la nutrición clínica. (Spanish). *Nutricion Hospitalaria*, 32(1), 403-410. doi:10.3305/nh.2015.32.1.9123

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=62&sid=2fd70d44-bddc-4bea-8837-02507e62999b%40sessionmgr115&hid=110>

Guzmán, B. E. (2014). En su tesis: “Diseño de un sistema de gestión administrativa y financiera para los operadores que proporciona el servicio de transporte comercial tipo taxi convencional de la ciudad de cuenca”.

Hernández, S., y Pulido, A. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial*. México. Editorial McGraw Will.

Hugo, V. M., Rosario, I. R., & Joel, M. T. (2011). Lucha contra el contrabando de alpacas. (Spanish). *Agro Enfoque*, 22(162), 73-77.

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=ce24e4ad-bccb-4874-8491-564e641b1e99%40sessionmgr115&vid=1&hid=110>

- Jiménez, H. (2013). La gestión de intereses en la administración pública peruana. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Ingeniería. Perú.
- Kaplan, R. S, & Norton, D. E. (2000) Cuadro de mando integral. Harvard Business School Press.
- Lalangui, B (2012). En su tesis “Plan estratégico para mejorar la gestión administrativa en la empresa destilería Naylamp E.I.R.L basado en las 5 fuerzas competitivas de Michel Porter Chiclayo 2008”.
- López, J. C. (2012) en su tesis: “Diseño, Desarrollo y evaluación de un modelo de gestión del conocimiento para un colegio de educación primaria”.
- Ministerio de agricultura capacitara a productores de Cusco en gestión empresarial y asociatividad (2011). (2011). Agro Enfoque, 27(179), 79.
- <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=a47bd2b9-8029-4a2f-bc7d-2198b804cab9%40sessionmgr113&vid=7&hid=125>
- Mio, L. M. y Tafur, L. M. (2011). En su tesis denominada “propuesta de un modelo de plan estratégico para el desarrollo organizacional y humano de la empresa agroindustrial Pomalca S.A.A.
- Moncayo, M. P., & Fernando, D. (2011). Plan estratégico para aumentar la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa asesorías clase aparte. Universidad ICESI facultad de ciencias administrativas y económicas Santiago de Cali.

https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/67842/1/planeacion_aumentar_rentabilidad.pdf

Monsalve, M. P. (2013) "Propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa del área de la sub gerencia de desarrollo económico y promoción Pymes de la municipalidad distrital de José Leonardo Ortiz".

Morales, E., & Palacios, V. (2015) en su tesis "Propuesta de un modelo de gestión para el restaurant "el horno" en la ciudad de Chiclayo".

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis*. 3^o edición. Perú. Editorial e imprenta Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Organismo Supervisor de Contrataciones del Estado. (2011). Ley de contrataciones del estado y su reglamento.

Ortego Montenegro, N. L. (2013) en su tesis: "gestión administrativa del talento humano y su incidencia en las empresas publicas administradoras de agua potable en la provincia del Carchi" (tesis de grado previa para obtener el título de ingeniero en administración).

Ortiz-Pérez, A., Funzy-Chimpolo, J. M., Pérez-Campaña, M., & Velázquez-Zaldívar, R. (2015). La gestión integrada de los procesos en universidades. Procedimiento para su evaluación. (Spanish). *Ingenieria Industrial*, 36(1), 91-103.

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=65&sid=2fd70d44-bddc-4bea-8837-02507e62999b%40sessionmgr115&hid=110>

Porcaro, D. (2011). La construcción y sus perspectivas. Obtenido de:
<http://www.reporteinmobiliario-web>

Prieto Hormaza, M. I. (2012) en su tesis: “Influencia de la gestión del presupuesto por resultados en la calidad del gasto en las municipalidades del Perú (2006-2010)”.

Quichca, G. (2013) tesis: “relación entre la calidad de gestión administrativa y el desempeño docente según los estudiantes del I al VI ciclo 2010-1 del distrito superior particular la “Pontificia” del distrito de Carmen alto provincia de Huamanga – Ayacucho”.

Quispe, R., & Lama, M.A. (2012) en su tesis “Plan estratégico para mejorar la gestión en la municipalidad distrital de San Jacinto 2009”.

Retamozo, P. (2011) Planificación estratégica de la automatización de procesos administrativos.

Rial, B. M., Cancela Carral, J. M., & Pinasa, V. G. (2014). Diseño y propiedades psicométricas del cuestionario de evaluación de la gestión de calidad en federaciones deportivas. / Design and Psychometric Properties of the Questionnaire for Assessing Quality Management in Sports Federations. Apuntes: Educacion Fisica Y Deportes, (117), 69-76.

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=61&sid=2fd70d44-bddc-4bea-8837-02507e62999b%40sessionmgr115&hid=110>

Rodríguez, A. R. (2012). En su tesis “plan estratégico para empresa receptora de leche”. (Venezuela).

Rojas, A. C. (2011). Haciendo viable la minería peruana en caso de minera Gold Land. (Spanish). Cuadernos De Difusión, 12(22), 180-200.

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=df3cdf29-3382-4ff4-855c-d2cc05ca066a%40sessionmgr114&vid=1&hid=110>

Rojas, M., & Zuloeta, D. D. (2013). En su tesis “Programa de generación de recursos propios para mejorar la gestión administrativa y la calidad de la información educativa que se comparte en el colegio Militar Elías Aguirre del distrito de Pimentel Chiclayo 2006.

Sainz de Vicuña, J.M. (2010). El plan estratégico en la práctica. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Sauto, R., & Suarez, M. (2012) en su tesis: “Bases para el diseño de un modelo de gestión e instituciones de educación superior estatales de ciencias económicas (Buenos Aires).

Távora, C. A., & Vásquez, L. J. (2014). En su tesis: “Propuesta de un plan estratégico para mejorar la competitividad del servicio de la constructora NGCOPER S.A.C, Chiclayo”.

Távora, R. (2013). Realizo la tesis: "Propuesta de un plan estratégico para la red de Museos del centro histórico de Lima".

Triviño, K. L. (2012). Plan estratégico de mercadeo "Un acto de fe por la valorización de la cultura prehispánica" para el museo arqueológico casa de marqués de san Jorge. (Spanish). Anuario Turismo Y Sociedad, 13295-3.

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=2fd70d44-bddc-4bea-8837-02507e62999b%40sessionmgr115&hid=110>

Toshiba TEC, C. (7). Toshiba TEC presenta su plan estratégico de crecimiento basado en soluciones verticales y ecológicas de impresión. Business Wire (Español).

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=2fd70d44-bddc-4bea-8837-02507e62999b%40sessionmgr115&vid=22&hid=110&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=bizwire.c56046194&db=bwh>

Valencia, E. (2011) realizo la investigación denominada "Propuesta de un plan estratégico para una cadena de video tiendas (Universidad Mayor de San Marcos).

Vallejos .K (2014). Plan estratégico para la gestión de limpieza del distrito de Chiclayo (tesis para optar el título de licenciado en administración .Universidad Santo Toribio de Mogrovejo).

Victoria-Mas, M., & Lacasa-Mas, I. (2015). Gestión del valor de marca en las empresas de prensa. El caso de la vanguardia.

(Spanish). El Profesional De La Información, 24(4), 405-412.
doi:10.3145/epi.2015.jul.07

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=59&sid=2fd70d44-bddc-4bea-8837-02507e62999b%40sessionmgr115&hid=110>

Vilca, J. L., & Castilla, F. W., Linares, E. y Domingues, J. C. (2012) en su tesis "Planeamiento Estratégico para el sector construcción del departamento de la libertad".

Zeña, L. (2011). Tesis titulada como "Análisis de la gestión logística y condiciones de los supermercados y tiendas de electrodomésticos de Lambayeque para la instalación de un proveedor logístico de almacenamiento.

Fuertes lluvias afectaron a pobladores de Chiclayo por más de tres horas. (9 de abril de 2016). Diario la Republica. P. 15.

<http://larepublica.pe/sociedad/758674-fuertes-lluvias-afectaron-pobladores-de-chiclayo-por-mas-de-tres-horas>

Chiclayo: EPSEL intervino colapsos producidos en distrito de José Leonardo Ortíz. (15 de febrero de 2016). Diario la Republica.

<http://larepublica.pe/sociedad/741538-chiclayo-epsel-intervino-colapsos-producidos-en-distrito-de-jose-leonardo-ortiz>

Subir sueldo mínimo y reactivar economía, entre los pedidos al presidente. (27 de abril de 2016). Diario la Republica.

<http://larepublica.pe/impresaeconomia/18260-subir-rmv-y-reactivar-economia-entre-los-pedidos-al-presidente>

Perla Polo Salés. (14 de mayo de 2016). Municipalidad de José Leonardo Ortiz se podría quedar sin Foncomun. Diario la Republica.

<http://larepublica.pe/impres/politica/767345-municipalidad-de-jose-leonardo-ortiz-se-podria-quedar-sin-foncomun>

José Leonardo Ortiz: No hay cambios en el distrito más populoso de Lambayeque. (06 de abril de 2015). Diario la Republica.

<http://larepublica.pe/06-04-2015/jose-leonardo-ortiz-no-hay-cambios-en-el-distrito-mas-populoso-de-lambayeque>

Escuela de líderes organiza feria ecológica en José Leonardo Ortiz. (13 de diciembre de 2015). Diario la Republica.

<http://larepublica.pe/impres/sociedad/725532-escuela-de-lideres-organiza-feria-ecologica-en-jose-leonardo-ortiz>

ANEXOS

PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA GESTION DE LA EMPRESA CELESTIAL TOUCH – CHICLAYO

**Encuesta N° 1 dirigida al gerente y trabajadores de la
empresa celestial touch de José Leonardo Ortiz.**

**Por favor, expresar su conformidad en cada una de las
afirmaciones siguientes:**

**(TA=TOTAL ACUERDO) (A=ACUERDO) (I=INDIFERENTE)
(D=DESACUERDO) (TD=TOTAL DESACUERDO)**

1.- ¿Los actuales servicios de la empresa están generando rentabilidad?

A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

2.- ¿Actualmente realiza un seguimiento de sus clientes claves, ya que son importantes para su empresa?

A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

3.- ¿Ud. Considera a la innovación como un factor importante para generar valor dentro de la empresa?

A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

4.- ¿Tiene en cuenta el tiempo que demora en realizar el servicio al cliente?

- A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

5.- ¿Después que adquiere el servicio o producto en la empresa usted brinda algún tipo de garantía a sus clientes?

- A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente

Desacuerdo

6.- ¿Conoce usted cual son sus clientes más importantes?

- A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente

Desacuerdo

7.- ¿Usted ha establecido estrategias para retener a sus clientes?

- A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente

Desacuerdo

8.- ¿Usted considera que sus productos son innovadores?

- A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente

Desacuerdo

9.- ¿Usted recolecta información luego de haber ofrecido el producto o servicio al cliente?

- A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

10.- ¿Constantemente usted suele rotar a sus empleados de la empresa?

- A) Totalmente acuerdo
- B) Acuerdo
- C) Indiferente
- D) Desacuerdo
- E) Totalmente desacuerdo

11.- ¿Actualmente usted cuenta con máquinas que le ayuden a mejorar su servicio?

- A) Totalmente acuerdo
- B) Acuerdo
- C) Indiferente
- D) Desacuerdo
- E) Totalmente desacuerdo.

12.- ¿En alguna oportunidad usted ha sido reconocido por haber realizado de manera correcta su trabajo? (trabajador)

- A) Totalmente acuerdo
- B) Acuerdo
- C) Indiferente
- D) Desacuerdo
- E) Totalmente desacuerdo

**PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA GESTION DE LA
EMPRESA CELESTIAL TOUCH – CHICLAYO**

**Encuesta N° 2 dirigida a todos los clientes de la empresa
celestial touch de José Leonardo Ortiz.**

**Por favor, expresar su conformidad en cada una de las
afirmaciones siguientes:**

**(TA=TOTAL ACUERDO) (A=ACUERDO) (I=INDIFERENTE)
(D=DESACUERDO) (TD=TOTAL DESACUERDO)**

1.- ¿Usted se siente satisfecho con los servicios que adquiere en la empresa?

A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

2.- ¿usted acude mensualmente por los servicios de la empresa?

A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

3.- ¿Por el servicio brindado suele pagar en efectivo?

A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

4.- ¿Está satisfecho con los productos que le ofrece la empresa?

A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

5.- ¿usted considera que el ambiente donde brinda los servicios es el adecuado?

- A) Totalmente acuerdo B) Acuerdo C) Indiferente D) Desacuerdo
E) Totalmente desacuerdo

**PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA GESTION DE LA
EMPRESA CELESTIAL TOUCH – CHICLAYO**

GUIA DE ENTREVISTA

Dirigida al gerente de la empresa Celestial Touch – Chiclayo.

Buenas tardes Sra. /Srita. _____,
queremos agradecerle el tiempo que nos ha brindado para poder realizar esta entrevista. También queremos mencionarle que los comentarios e información que nos proporcionen serán muy valiosos para el proyecto de tesis a realizar.

ITENS	ESCALA				
	T.A.	A	I	D	T.D.
1.- ¿Los actuales servicios de la empresa están generando rentabilidad?					
2. ¿Actualmente realiza un seguimiento de sus clientes claves ya que son importantes para su empresa?					
3.- ¿Conoce usted cual son sus clientes más importantes?					

4.- ¿Usted ha establecido estrategias para retener a sus clientes?					
5.- ¿Usted considera a la innovación como un factor importante para generar valor dentro de la empresa?					
6.- ¿Considera si sus productos son innovadores?					
7.- ¿Tiene en cuenta el tiempo que demora en realizar el servicio al cliente?					
8.- ¿Usted recolecta información luego de haber ofrecido el productos o servicio al cliente?					
9.- ¿Constantemente usted suele rotar a sus empleados en la empresa?					
10.- ¿Actualmente usted cuenta con máquinas que le ayudan a mejorar su servicio?					
11.- ¿Después que adquiere el servicio y					

producto en la empresa usted brinda algún tipo de garantía a sus clientes?					
--	--	--	--	--	--

TITULO	F.PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES DIMENSIONES	METODOLOGIA
Plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo	¿De qué manera la propuesta de un plan estratégico mejorara la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo?	<p>Objetivo general Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo 2015.</p> <p>Objetivo específico Diagnosticar la Gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo, mediante el Balanced Score Card: Perspectiva financiera. Perspectiva del cliente. Perspectiva del proceso interno. Perspectiva de aprendizaje y el crecimiento. Elaborar un Plan estratégico para la mejora en la Gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo.</p>	<p>H1: La propuesta de un plan estratégico si mejorará la gestión de la empresa Celestial Touch.</p> <p>H0: La propuesta de un plan estratégico no mejorara la gestión de la empresa Celestial Touch.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE :</p> <p>1. Planeamiento estratégico.</p> <p>1.1. Análisis de la situación.</p> <p>1.2. Diagnóstico de la situación.</p> <p>1.3. Sistema de objetivos corporativos.</p> <p>1.4. Estrategias corporativas y elección de estrategias.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>2. Gestión.</p> <p>2.1. P. Financiera.</p> <p>2.2. P. del cliente.</p> <p>2.3. P. del proceso interno.</p> <p>2.4. P. Aprendizaje y crecimiento.</p>	<p>Diseño de investigación</p> <p>No experimental – cuantitativa</p> <p>Es no experimental porque busca observar el fenómeno tal como se da en su contexto natural, y así nos permita realizar un análisis y posterior a ello realizar una propuesta y así obtener nuestras conclusiones y solucionar el problema.</p> <p>Cuantitativa: el estudio para analizar la problemática realiza en primera etapa un estudio. su esquema el siguiente:</p> <p style="text-align: center;">M → O → P</p> <p>Tipo de investigación</p> <p>Descriptiva – Propositiva</p> <p>El estudio es descriptivo, porque se ha analizado el problema, y se han establecido nuevos criterios para poder responder a las causas del porque ocurren los hechos y las condiciones en las que se están dando.</p> <p>El estudio es propositivo, porque comprende la elaboración de un plan estratégico, orientado a mejorar la gestión administrativa de la empresa Celestial Touch de la ciudad de Chiclayo, que se presentara como propuesta con el propósito de contribuir a la solución de la problemática existente.</p>

CONSTANCIA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Por medio de la presente, informamos que la empresa CELESTIAL TOUCH - URB
Latina - Jose Leonardo Ortiz,
autoriza a los estudiantes (a) Martinez Riofrío Jody Gary,
con código universitario No. 2112014973 y (b) Silva Samame Kenly Eliseth
con código universitario No. 2112014380 de la *Escuela Académico Profesional de Administración*, de la
Universidad Señor de Sipán, hacer uso de la información institucional y bajo nuestra supervisión, para fines
académicos.

Título del perfil del proyecto de Investigación:

PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE LA
EMPRESA CELESTIAL TOUCH.

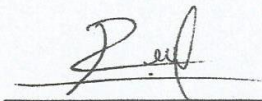
Dicha información, se recopilará en el trabajo de campo para posteriormente ser registrada en su
Investigación con fines netamente pedagógicos.

Se expide la presente *constancia de consentimiento informado*, a solicitud de los interesados (as), para los
fines que estime por conveniente.

Pimentel, 13 de Abril de 2016



Firma del estudiante A



Firma del estudiante B



Firmado por la Empresa

(Documento reservado)

Nombres y Apellidos: Jairzinho Sebastian Diaz Delgado.

Cargo: Docente / Administrador.

Empresa: Universidad Señor de Sipan

Por favor, valorar la concepción de la propuesta:

1. Problema en estudio:

Bien concebido <input checked="" type="checkbox"/>	<u>Haría los siguientes cambios</u>
Deficiente <input type="checkbox"/>	

2. Objetivo:


Bien concebido <input checked="" type="checkbox"/>	<u>Haría los siguientes cambios</u>
Deficiente <input type="checkbox"/>	

3. Fundamento teórico:

Bien concebido <input checked="" type="checkbox"/>	<u>Haría los siguientes cambios</u>
Deficiente <input type="checkbox"/>	

4. Estrategias para el cambio:

Bien concebido <input checked="" type="checkbox"/>	<u>Haría los siguientes cambios</u>
Deficiente <input type="checkbox"/>	

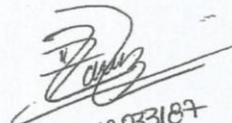

FIRMA Y SELLO
10695504

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DE LA ENCUESTA

1	Nombre del Juez	JAIMÉ RAMÍREZ GARCÍA
2	Profesión	CONTADOR PÚBLICO
	Mayor Grado Académico obtenido.	MAESTRÍA
	Experiencia Profesional (en años).	23 AÑOS
	Institución donde labora.	UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN
	Cargo	DOCENTE
<u>TESIS</u>		
TÍTULO: PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE LA EMPRESA CELESTIAL TOUCH CHICLAYO.		
PROBLEMA: ¿Cuál es la mejor propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch?		
OBJETIVO GENERAL: Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch - Chiclayo.		
Autor: Martínez Ríos Jedy Gary. Silva Samame Kerly Elizeth.		
Instrumento evaluado		Encuesta N° 1 Encuesta N° 2
Objetivo de la investigación.		
Detalle del Instrumento:		

Items de preguntas.- Encuesta N°1 sobre la Gestión de la empresa dirigida a el gerente y trabajadores de Celestial Touch – Chiclayo.	
1.- ¿Los actuales servicios de la empresa están generando rentabilidad?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
2.- ¿Actualmente realiza un seguimiento de sus clientes claves, ya que son importantes para su empresa?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
3.- ¿Ud. Considera a la innovación como un factor importante para generar valor dentro de la empresa?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
4.- ¿Tiene en cuenta el tiempo que demora en realizar el servicio al cliente?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
5.- ¿Después que adquiere el servicio y producto en la empresa usted brinda algún tipo de garantía a sus clientes?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
6.- ¿Conoce usted cual son sus clientes más importantes?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
7.- ¿Usted ha establecido estrategias para retener a sus clientes?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
8.- ¿Considera que sus productos son innovadores?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
9.- ¿Usted recolecta información luego de haber ofrecido en producto o servicio al cliente?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
10.- ¿Constantemente usted suele rotar a sus empleados de la empresa?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
11.- ¿Actualmente usted cuenta con máquinas que le ayuden a mejorar su servicio?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
12.- ¿En alguna oportunidad usted ha sido reconocido por haber hecho bien su trabajo? (Trabajador de la empresa)	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....

Items de preguntas.- Encuesta N°2 sobre la Gestión de la empresa dirigida a los clientes de Celestial Touch – Chiclayo.	
1.- ¿Usted se siente satisfecho con los servicios que adquiere en la empresa?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
2.- ¿Usted acude mensualmente por los servicios de la empresa?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
3.- ¿Por el servicio brindado suele pagar en efectivo?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
4.- ¿Está satisfecho con los productos que ofrece la empresa?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
5.- ¿Usted considera que el ambiente donde brinda los servicios es el adecuado?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....


DNE 18033187



UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Administración

**CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DE LA
ENCUESTA**

1	Nombre del Juez	Benjamin David Camil Versategui
2	Profesión	Lic. Administración
	Mayor Grado Académico obtenido.	Licenciado
	Experiencia Profesional (en años).	10 Años
	Institución donde labora.	Universidad Señor de Sipán
	Cargo	Jefe de Practicas

TESIS

TULO: Plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial touch - Chiclayo.

ROBLEMA: ¿Cuál es la mejor propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial touch - Chiclayo.

BJETIVO GENERAL: Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial touch - Chiclayo.

ctor: Martínez Riofrio Jardy Gary.
Silva Samame Kerly Elisith

Instrumento evaluado	Encuesta N° 1 Encuesta N° 2
Objetivo de la investigación.	
Detalle del Instrumento:	

Ítems de preguntas.- Encuesta N°1 sobre la Gestión de la empresa dirigida a el gerente y trabajadores de Celestial Touch – Chiclayo.	
1.- ¿Los actuales servicios de la empresa están generando rentabilidad?	A (X) D () Sugerencias.....
2.- ¿Actualmente realiza un seguimiento de sus clientes claves, ya que son importantes para su empresa?	A (X) D () Sugerencias.....
3.- ¿Ud. Considera a la innovación como un factor importante para generar valor dentro de la empresa?	A (X) D () Sugerencias.....
4.- ¿Tiene en cuenta el tiempo que demora en realizar el servicio al cliente?	A (X) D () Sugerencias.....
5.- ¿Después que adquiere el servicio y producto en la empresa usted brinda algún tipo de garantía a sus clientes?	A (X) D () Sugerencias.....
6.- ¿Conoce usted cual son sus clientes más importantes?	A (X) D () Sugerencias.....
7.- ¿Usted ha establecido estrategias para retener a sus clientes?	A (X) D () Sugerencias.....
8.- ¿Considera que sus productos son innovadores?	A (X) D () Sugerencias.....
9.- ¿Usted recolecta información luego de haber ofrecido en producto o servicio al cliente?	A (X) D () Sugerencias.....
10.- ¿Constantemente usted suele rotar a sus empleados de la empresa?	A (X) D () Sugerencias.....
11.- ¿Actualmente usted cuenta con máquinas que le ayuden a mejorar su servicio?	A (X) D () Sugerencias.....
12.- ¿En alguna oportunidad usted ha sido reconocido por haber hecho bien su trabajo? (Trabajador de la empresa)	A (X) D () Sugerencias.....

Ítems de preguntas.- Encuesta N°2 sobre la Gestión de la empresa dirigida a los clientes de Celestial Touch – Chiclayo.	
1.- ¿Usted se siente satisfecho con los servicios que adquiere en la empresa?	A (X) D () Sugerencias.....
2.- ¿Usted acude mensualmente por los servicios de la empresa?	A (X) D () Sugerencias.....
3.- ¿Por el servicio brindado suele pagar en efectivo?	A (X) D () Sugerencias.....
4.- ¿Está satisfecho con los productos que ofrece la empresa?	A (X) D () Sugerencias.....
5.- ¿Usted considera que el ambiente donde brinda los servicios es el adecuado?	A (X) D () Sugerencias.....

Bunif
40775249 1



UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela de Administración

CARTILLA DE VALIDACIÓN NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DE LA ENCUESTA

Nombre del Juez	Alexander Antonio Saldana Oyola
Profesión	Abogado
Mayor Grado Académico obtenido.	Doctor
Experiencia Profesional (en años).	10 años
Institución donde labora.	Universidad Señor de Sipán
Cargo	Docente

TESIS

TÍTULO: PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE LA EMPRESA CELESTIAL TOUCH - CHICLAYO .

PROBLEMA: ¿Cuál es la mejor propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial touch?

OBJETIVO GENERAL: Preparar un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch - Chiclayo .

Autor: Martínez Riefuis Jedy Gary
Silva Samane Kelly Eliseth

Instrumento evaluado

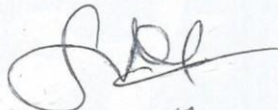
Encuesta N° 1
Encuesta N° 2

Objetivo de la investigación.

Detalle del Instrumento:

Ítems de preguntas.- Encuesta N°1 sobre la Gestión de la empresa dirigida a el gerente y trabajadores de Celestial Touch – Chiclayo.	
1.- ¿Los actuales servicios de la empresa están generando rentabilidad?	A (X) D () Sugerencias.....
2.- ¿Actualmente realiza un seguimiento de sus clientes claves, ya que son importantes para su empresa?	A (X) D () Sugerencias.....
3.- ¿Ud. Considera a la innovación como un factor importante para generar valor dentro de la empresa?	A (X) D () Sugerencias.....
4.- ¿Tiene en cuenta el tiempo que demora en realizar el servicio al cliente?	A (X) D () Sugerencias.....
5.- ¿Después que adquiere el servicio y producto en la empresa usted brinda algún tipo de garantía a sus clientes?	A (X) D () Sugerencias.....
6.- ¿Conoce usted cual son sus clientes más importantes?	A (X) D () Sugerencias.....
7.- ¿Usted ha establecido estrategias para retener a sus clientes?	A (X) D () Sugerencias.....
8.- ¿Considera que sus productos son innovadores?	A (X) D () Sugerencias.....
9.- ¿Usted recolecta información luego de haber ofrecido en producto o servicio al cliente?	A (X) D () Sugerencias.....
10.- ¿Constantemente usted suele rotar a sus empleados de la empresa?	A (X) D () Sugerencias.....
11.- ¿Actualmente usted cuenta con máquinas que le ayuden a mejorar su servicio?	A (X) D () Sugerencias.....
12.- ¿En alguna oportunidad usted ha sido reconocido por haber hecho bien su trabajo? (Trabajador de la empresa)	A (X) D () Sugerencias.....

Items de preguntas.- Encuesta N°2 sobre la Gestión de la empresa dirigida a los clientes de Celestial Touch – Chiclayo.	
1.- ¿Usted se siente satisfecho con los servicios que adquiere en la empresa?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
2.- ¿Usted acude mensualmente por los servicios de la empresa?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
3.- ¿Por el servicio brindado suele pagar en efectivo?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....
4.- ¿Está satisfecho con los productos que ofrece la empresa?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () * Sugerencias.....
5.- ¿Usted considera que el ambiente donde brinda los servicios es el adecuado?	A <input checked="" type="checkbox"/> D () Sugerencias.....


 16/05/07
 1