

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Administración de Empresas



**“ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE MELAMINA Y PROPUESTA PARA
LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS, AREQUIPA, 2018”**

Tesis presentada por los bachilleres:

Zicos Riega, Daniel Miguel

Zúñiga Rivera, Paola Danielli

para optar por el Título Profesional de:

Licenciado en Administración de Empresas

Asesor:

Mg. Midolo Ramos, Wilfredo

AREQUIPA – PERÚ

2019



Universidad Católica de Santa María

(51 54) 382038 Fax:(51 54) 251213 ✉ ucsm@ucsm.edu.pe 🌐 http://www.ucsm.edu.pe Apartado:1350

AREQUIPA - PERÚ

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DICTAMEN DE BORRADOR DE TESIS

Referencia: Decreto N° 064-EPAE-2018

Vista la documentación suscrita con visto aprobatorio por los docentes: Mgter. Henry Núñez Rodríguez y Mgter. Wilfredo Midolo Ramos, en relación al Borrador de Tesis Titulado: “ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE MELAMINA Y PROPUESTA PARA LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS AREQUIPA, 2018” Presentado por los señores bachilleres: ZICOS RIEGA DANIEL MIGUEL y ZÚÑIGA RIVERA PAOLA DANIELLI.

SE DECRETA:

Aprobar el Borrador de Tesis, Presentado por los señores bachilleres: ZICOS RIEGA DANIEL MIGUEL y ZÚÑIGA RIVERA PAOLA DANIELLI; de acuerdo al informe del jurado Pre-dictaminador que forma parte del presente dictamen.

Arequipa, 16 de abril de 2019

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

.....
Dr. MARIO OSWALDO SILES NEYRA
DIRECTOR DE LA ESCUELA PROFESIONAL
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de vivir, Él me permitió llegar hasta este momento tan importante de mi carrera profesional.

A mi madre, mi motor y motivo, la que me acompaña en cada paso que doy, gracias a su esfuerzo y apoyo incondicional, pero sobre todo gracias a su amor.

Paola Zúñiga Rivera

A Dios, que siempre me cuida y me guía por el camino correcto.

A mis padres, por todo su esfuerzo trabajando por años para que logre mis metas; sus enseñanzas y tiempo.

A mi hermana, por su apoyo y paciencia para siempre ser mi guía.

Daniel Zicos Riega

AGRADECIMIENTOS

A la empresa por abrirnos las puertas y facilitarnos la información que necesitábamos para desarrollar este proyecto; gracias por darnos la oportunidad de aprender nuevas cosas y por permitirnos crecer profesionalmente.

A mis profesores, les agradezco su apoyo y dedicación, por los conocimientos transmitidos, también su confianza porque más que mis educadores fueron amigos.

Paola Zúñiga Rivera

Al gerente y demás trabajadores de la empresa por la atención brindada y permitirnos desarrollar éste trabajo, que esperamos, les sirva para su crecimiento.

A nuestros profesores, que nos motivaron en todo momento y nos brindaron sus conocimientos para que lleguemos a ser buenos profesionales

Daniel Zicos Riega

INTRODUCCIÓN

La melamina es uno de los nuevos materiales que va ganando importancia en el rubro de la construcción, ya que, para amoblar las casas o departamentos, una vez construidos, las personas optan por una alternativa más económica, práctica, entre otros beneficios. Es por ello que las empresas que comercializan este material, año a año van creciendo. El rubro de la construcción está en auge. Por lo tanto, el crecimiento de melamina, también lo está.

En la siguiente investigación se evaluará y diagnosticará la situación actual de una empresa comercializadora de melamina; cuyo nombre se mantendrá en confidencialidad; ya que esta no cuenta con un plan estratégico pensando en el futuro. Y como es sabido, empresa que no evoluciona, se estanca o corre el riesgo de liquidarse.

Es por ello que nos vimos en la necesidad de aprovechar nuestros conocimientos recientes sobre administración en la Universidad para realizar el siguiente análisis situacional, identificando las principales amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades de una empresa que tiene suficientes años en el mercado para saber a qué se enfrenta, pero aún no ha aplicado bien las herramientas de la administración estratégica superar sus limitaciones.

RESUMEN

Este trabajo de investigación busca mejorar la situación actual de una empresa comercializadora de melamina mediante un análisis situacional con el principal objetivo de proponer la formulación de estrategias que permitan su crecimiento y sostenibilidad. Las estrategias sugeridas serán con base en las fases previas de análisis de la información teniendo en cuenta el entorno interno y externo de la empresa, que no son más que los factores que se relacionen con el rubro de la empresa.

Se observó que la industria del mueble mantiene un crecimiento sostenible en el mercado, siendo el principal aportante a éste, el sector construcción. La relación es directa, es decir, a mayor crecimiento del sector construcción se presenta un crecimiento en la industria del mueble, el primero aseguró crecimientos constantes que van de 2 % a 3 %, según el diario La República.

Se mantienen diferencias en los pedidos de todos estos clientes, lo que permite una personalización de los productos.

Los instrumentos aplicados, como parte de la metodología de la investigación, así como la información recopilada y analizada en las matrices aplicadas, han permitido el resultado de la investigación, en el diseño de las propuestas para la empresa, unidad de estudio.

La empresa comercializadora de melamina es lo suficientemente capaz de poder solventarse económicamente lo cual se ve reflejado en sus ratios positivos; cuenta con maquinaria moderna más que suficiente, única en Arequipa, en tamaño, marca, calidad y trabajo. También se notó que el personal de la empresa se siente identificado y ha calificado con un valor de 4, siendo el máximo 5, características del “mejor lugar para trabajar”.

La aplicación de las matrices de análisis, permite establecer que la empresa comercializadora de melamina tiene fortalezas, como experiencia en el mercado y capital propio, sin intermediaciones bancarias financieras, que debe aprovechar para expandir su mercado aprovechando la oportunidad de crecimiento permanente para poder mejorar el fortalecimiento de capacidades, la implementación de un inbound marketing y otras estrategias que lograrán las metas y objetivos que busque la empresa.

Palabras clave: Melamina, Estrategia, Planteamiento estratégico

ABSTRACT

This research work seeks to improve the current situation of a melamine trading company through a situational analysis with the main objective of proposing the formulation of strategies that allow its growth and sustainability. The suggested strategies will be based on the previous phases of analysis of the information taking into account the internal and external environment of the company, which are not more than the factors that relate to the business line.

It was observed that the furniture industry maintains a sustainable growth in the market, being the main contributor to it, the construction sector. The relationship is direct, that is to say, the greater growth of the construction sector presents a growth in the furniture industry, the first assured constant growth ranging from 2% to 3%, according to the newspaper La República.

There are differences in the orders of all these customers, which allows a customization of the products.

The applied instruments, as part of the research methodology, as well as the information collected and analyzed in the applied matrices, have allowed the result of the research, in the design of the proposals for the company, unit of study.

The melamine trading company is sufficiently capable of being economically solved which is reflected in its positive ratios; It has more than enough modern machinery, unique in Arequipa, in size, brand, quality and work. It was also noted that the staff of the company feels identified and rated with a value of 4, with a maximum of 5, characteristics of the "best place to work".

The application of the matrices of analysis, allows to establish that the melamine trading company has strengths, such as market experience and own capital, without financial banking intermediation, which it must take advantage of to expand its market taking advantage of the opportunity for permanent growth in order to improve the capacity building, the implementation of an inbound marketing and other strategies that will achieve the goals and objectives sought by the company.

Keywords: Melamine, Strategy, Strategic approach