



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

**PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA "SERVICENTRO
VILUSSA" SOCIEDAD ANONIMA CERRADA**

**Plan de mejora para obtener el título Profesional Técnico en Administración de
Negocios**

KORI EDWIN ORBE ASHANGA

(0009-0001-7870-0694)

GIOVANA SAENZ RAMOS

(0009-0001-3147-1345)

Iquitos – Perú

2024

Dedico con todo mi corazón mi tesis a mi madre, pues sin ella no lo había logrado. Tu bendición a diario y a lo largo de este camino me protegió y me guió. Por eso te dedico mi trabajo en agradecimiento por tu paciencia y amor madre mía, Te amo.

A mi hijo, por ser ese motor y motivo de seguir adelante día a día y a ti Cesar por darme tu apoyo incondicional en esta etapa de mi vida. ¡Gracias!

Giovana Sáenz Ramos

*A mis padres, quienes siempre han creído en mí.
Gracias por sus sacrificios y por enseñarme a nunca rendirme ante los obstáculos de la vida y también lo dedico a mi padre celestial que siempre me ilumina y guía mi camino.*

Este logro es para ustedes.

Kori Edwin Orbe Ashanga

Índice General

Resumen Ejecutivo	7
Introducción	9
Capítulo I: Proyecto empresarial	11
Identificación del Problema	11
Justificación de la Mejora Empresarial	12
Indicadores de Impacto de la Mejora Empresarial	15
Capítulo II: Reseña de la Empresa	16
Descripción del Negocio.....	16
Misión, Visión, Valores Corporativos y Objetivos Estratégicos de la Empresa	24
Breve Resumen de la Trayectoria Empresarial.....	26
Capítulo III: Diagnóstico Empresarial	28
Entorno Empresarial	28
Perspectivas del Diagnóstico Empresarial	53
Financiera	53
Clientes.....	53
Procesos internos.....	72
Capacidades del Personal y la Organización.....	78
Capítulo IV: Oportunidad de Mejora empresarial	82
Identificación del Área de Aplicación para el Plan de Mejora Empresarial.....	82
Problema.....	82

Causas.....	84
Puntos Críticos	85
Formulación de la Oportunidad de Mejora.....	87
Priorización de Puntos Críticos	87
Capítulo V: Propuesta de Mejora Empresa.....	90
Justificación de la Mejora Empresarial.....	90
Objetivos de la Mejora.....	91
Estrategias	92
Factores Internos.....	97
Escenarios Externos.....	99
Evaluación de Alternativas Beneficio – Costo	101
Capítulo VI: Implementación de la Propuesta de Mejora.....	104
Cronograma de Implementación.....	104
Plan de Acción	104
Sistema de Monitoreo	105
Definición de los Indicadores de Desempeño.....	107
Conclusiones.....	108
Recomendaciones.....	109
Referencias Bibliográficas	110
Anexos.....	111

Índice de Tablas

Tabla 1. Ficha RUC.....	17
Tabla 2. Modelo Canvas.....	19

Índice de Figuras

Figura 1. Problema de la empresa	11
Figura 2. Surtidores de combustible.....	16
Figura 3. Ubicación del negocio	18
Figura 4. Servicentro Vilussa	18

Resumen Ejecutivo

La propuesta de mejora tiene como objetivo revitalizar y fortalecer la posición competitiva de la empresa Servicentro Vilussa en el mercado local. Mediante un enfoque estratégico y orientado al cliente, se busca aumentar la visibilidad, mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas en un entorno altamente competitivo de la industria. La empresa enfrenta desafíos debido a la competencia agresiva, cambios en los patrones de consumo y la creciente preocupación por la sostenibilidad ambiental. Se ha identificado la necesidad de diferenciarse y crear una propuesta de valor única. Se plantean Objetivos: 1. Incrementar la cuota de mercado en un 15% en el próximo año. 2. Mejorar la percepción de la marca, enfocándose en valores de calidad, conveniencia y sostenibilidad. 3. Aumentar la fidelización de clientes existentes en un 20% a través de programas de lealtad y beneficios. Estrategias: Mejora de la Experiencia del Cliente. Rediseñar la estación para una apariencia moderna y atractiva. Implementar un servicio al cliente excepcional a través de capacitación del personal. Ofrecer servicios adicionales como lavado de autos y tienda de conveniencia. Promoción y Comunicación: Lanzar una campaña publicitaria enfocada en los valores de la marca y los beneficios para el cliente. Utilizar las redes sociales y el marketing digital para aumentar la visibilidad en línea. Colaborar con empresas locales para promociones conjuntas y patrocinios. Programa de Lealtad y Retención: Introducir un programa de fidelización que ofrezca descuentos, recompensas y ofertas exclusivas. Enviar boletines periódicos a los clientes registrados con actualizaciones y ofertas especiales. Iniciativas de Sostenibilidad: Ofrecer combustibles alternativos y opciones más ecológicas. Promover el compromiso con prácticas sostenibles a través de campañas de concienciación. Medición y Evaluación: Se implementarán indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir el progreso y la efectividad de las estrategias, incluyendo

el aumento en las ventas, la retención de clientes y la participación en el programa de lealtad.