



UNIVERSIDAD NACIONAL

JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRION

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

TESIS

**“EL PLAN ESTRATÉGICO Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN FINANCIERA
EN EMPRESAS COMERCIALES EN EL DISTRITO DE PARAMONGA”**

**PARA OPTAR MI TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA

VANESSA LOURDES SIGÜENZA HORNA

ASESOR:

DR. CPCC. TEODORICO ANGEL VILLANUEVA RODRIGUEZ

HUACHO - 2021

BACHILLERES:

VANESSA LOURDES SIGÜENZA HORNA

ASESOR

DR. CPCC. TEODORICO ANGEL VILLANUEVA RODRIGUEZ

DR. CPCC. TEODORICO ANGEL VILLANUEVA RODRIGUEZ
ASESOR

JURADO EVALUADOR

Mg. CPCC. FREDY JAVIER HUACHUA HUARANCCA
PRESIDENTE

Mg. CPCC. JORGE HUGO SOLANO LUNA
SECRETARIO

Mg. CPCC. SILVIA MARIANELLA ESPINOZA DE SANCHEZ
VOCAL

DEDICATORIA

A Dios, porque es él quien nunca me falta, y a mis padres, por ser mi mayor fortaleza en mi día a día.

AGRADECIMIENTO

A Dios; por su fiel bendición.

A mis padres y familiares que forman parte de mi crecimiento personal, como profesional, e impulsarme a siempre ir adelante.

A mi asesor, por sus orientaciones y su guía en la elaboración de mi tesis.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
INDICE.....	VIII
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCION.....	XIII
CAPITULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2 Formulación del problema.....	3
1.2.1 Problema general.....	3
1.2.2. Problema específico.....	3
1.3. Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4. Justificación de la investigación.....	4
1.5. Delimitación del estudio.....	6
1.6. Viabilidad del estudio.....	6
CAPITULO II	
MARCO TEORICO	
2.1. Antecedentes de la investigación.....	7
2.2. Investigaciones internacionales.....	7
2.3. Investigaciones nacionales.....	8
2.3.1 Bases teóricas.....	11
2.3.2 Bases filosóficas.....	18
2.3.3 Definición de términos básicos.....	18
2.3.4 Hipótesis de investigación.....	21
2.4. Hipótesis general.....	21
2.5. Hipótesis específicas.....	21
2.6. Operacionalización de variables.....	22

CAPITULO III	
METODOLOGÍA	
3.1.	Diseño metodológico 25
3.2.	Población y muestra 28
3.2.1	Población 28
3.2.2	Muestra 28
3.3	Técnicas de recolección de datos..... 30
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información 32
CAPITULO IV	
RESULTADOS	
4.1.	Análisis de resultados..... 34
4.2	Contrastación de hipótesis 55
CAPITULO V	
DISCUSIÓN	
5.1.	Discusión de resultados..... 65
CAPITULO VI	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
6.1.	Conclusiones 66
6.2.	Recomendaciones 68
REFERENCIAS	
7.1.	Fuentes documentales 70
7.2.	Fuentes bibliográficas 71
7.3.	Fuentes electrónicas 73
	Anexos 74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Se cumple con objetivos empresariales en empresas comerciales en el distrito de Paramonga.	36
Tabla 2	Se realiza adecuadamente el flujo de mercaderías en empresas comerciales en el distrito de Paramonga.	38
Tabla 3	Se cumple con evaluación de ventas realizadas por empresas comerciales en el distrito de Paramonga.	40
Tabla 4	Se cumple con rentabilidad adecuada en empresas comerciales situadas en el distrito de Paramonga.	42
Tabla 5	El plan estratégico influirá en la rentabilidad de empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga.	44
Tabla 6	Se cumple con rotación de inventarios en empresas comerciales en el distrito de Paramonga.	45
Tabla 7	Se cumple con periodo de cobranzas en empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga.	46
Tabla 8	Se cumple con rotación de inventarios en empresas comerciales instaladas en el distrito de Paramonga.	48
Tabla 9	Se cumple con rotación de cartera de clientes de empresas comerciales en distrito de Paramonga.	50
Tabla 10	La rentabilidad en empresas se mejora con práctica de planes estratégicos para empresas comerciales.	52
Tabla 11	Determinación de objetivos empresariales, inciden de manera favorable en rotación de inventarios en empresas comerciales.	56
Tabla 12	El flujo de las mercaderías incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales.	58
Tabla 13	Nivel de evaluación de ventas incide, de manera favorable en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales.	60
Tabla 14	Nivel de rentabilidad del negocio incide, en la rotación del inventario de existencias de empresas comerciales.	62
Tabla 15	Plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales.	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Se cumple con objetivos empresariales en empresas comerciales en el distrito de Paramonga.	37
Figura 2	Se realiza adecuadamente el flujo de mercaderías en empresas comerciales en el distrito de Paramonga.	39
Figura 3	Se cumple con evaluación de ventas realizadas por empresas comerciales en el distrito de Paramonga.	41
Figura 4	Se cumple con rentabilidad adecuada en empresas comerciales situadas en el distrito de Paramonga.	43
Figura 5	El plan estratégico influirá en la rentabilidad de empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga.	45
Figura 6	Se cumple con rotación de inventarios en empresas comerciales en el distrito de Paramonga.	47
Figura 7	Se cumple con periodo de cobranzas en empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga.	49
Figura 8	Se cumple con rotación de inventarios en empresas comerciales instaladas en el distrito de Paramonga.	51
Figura 9	Se cumple con rotación de cartera de clientes de empresas comerciales en distrito de Paramonga.	53
Figura 10	La rentabilidad en empresas se mejora con práctica de planes estratégicos para empresas comerciales.	55
Figura 11	Determinación de objetivos empresariales, inciden de manera favorable en rotación de inventarios en empresas comerciales.	57
Figura 12	El flujo de las mercaderías incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales.	59
Figura 13	Nivel de evaluación de ventas incide, de manera favorable en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales.	61
Figura 14	Nivel de rentabilidad del negocio incide, en la rotación del inventario de existencias de empresas comerciales.	63
Figura 15	Plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales.	65

RESUMEN

Objetivo: Verificar como el plan estratégico incide en la gestión financiera en empresas comerciales del distrito de Paramonga. **Métodos:** La población estuvo constituida por 104 personas entre: empresarios, administradores, contadores, gerentes y expertos, determinadas por muestreo probabilístico, se utilizó como medida de actitud la escala de Likert. Entre dimensiones: Empresas comerciales, capacidad de producción, colación de productos y movilidad empresarial. La certeza, fue validada por aplicación de proceso computacional SPSS, Traducción 22.0 del molde de correlación de Pearson, de confianza del 95%. La prueba de ji cuadrada. **Resultados:** Los resultados muestran que el mayor porcentaje (62.19%) entre empresarios, administradores, gerentes, coinciden que el plan estratégico es importante para la gestión financiera en empresas comerciales (50.00%) están de acuerdo. **Conclusión:** Los resultados concluyen el plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga ($1.02E-106 < 0.05$).

Palabras Claves: Plan estratégico, gestión financiera, empresas comerciales.

ABSTRACT

Objective: To verify how the strategic plan affects financial management in commercial companies in the Paramonga district. Methods: The population consisted of 104 people among: entrepreneurs, administrators, accountants, managers, and experts, determined by probability sampling, the Likert scale was used as an attitude measure. Between dimensions: Commercial companies, production capacity, product collation and business mobility. The certainty was validated by the application of the SPSS computational process, Translation 22.0 of the Pearson correlation template, 95% confidence. The chi-square tests. Results: The results show that the highest percentage (62.19%) among entrepreneurs, administrators, managers, agree that the strategic plan is important for financial management in commercial companies (50.00%) agree. Conclusion: The results conclude the strategic plan has a positive impact on financial management in commercial companies in the Paramonga district ($1.02E-106 < 0.05$).

Keywords: Strategic plan, financial management, commercial companies.

INTRODUCCIÓN

La exploración, sobre: *EL PLAN ESTRATEGICO Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN FINANCIERA EN EMPRESAS COMERCIALES DEL DISTRITO DE PARAMONGA*, su realización se efectuó de acuerdo con los ordenamientos admitidos por nuestra Universidad, se inicia con el esclarecimiento del contexto de la situación problemática, sus bases teóricas doctrinarias que corresponden al marco teórico, el procedimiento usado; resultados; discusión; conclusiones; recomendaciones; de la igual manera cumplimos con adicionar sus correspondientes complementos entre ellos las gráficas que muestran sus contenidos, los cuestionarios fueron utilizados en la elaboración como datos, en tal sentido su progreso fue en función a la clasificación sobre ítem apropiadamente aprobados, expresados de la forma siguiente:

Capítulo I: Planeamiento situación problemática, para análisis y explicación utilizamos los métodos para indagación innegable, tomando comprensión en relación la situación problemática, comprobando que las compañías no cuentan con el plan estratégico que les permita dirigir adecuadamente la gestión financiera, en las empresas comerciales, así mismo producto de ello nos planteamos programar su objeto principal como sus objetos específicos para el estudio.

Capítulo II: el Marco Teórico, desarrollamos en primer lugar las circunstancias, en correspondencia a la importancia de contar con un plan estratégico su importancia en el desarrollo de la gestión financiera en empresas comerciales, seguidamente hemos reflexionado sobre cada uno de los indicadores que sustentan las variables, luego se propone las alternativas a nivel de hipótesis general y específicas, para ser contrastadas con los resultados de las encuestas.

Capítulo III: de la Metodológica, compuesta por el diseño metodológico realizado, el cual contempla su modelo como orientación en su investigación; su poblamiento a tener en cuenta para la investigación estuvo constituida por 104 individuos que desarrollan sus actividades en empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga, procedimos a identificar la muestra en 82 personas proceso de selección en forma aleatoria, y se permitió identificar al azar a las persona a quienes se les aplico el cuestionario estructurado por respuestas cerradas en 10 interrogantes, luego tenemos la proceso metodológico para descomponer en forma razonada cada variable, de acuerdo a sus componentes soportes, teniendo en cuenta las procesos como herramientas para la recopilación en documentos como informes lo cual con su utilización en instrumentos luego fueron validados.

Capítulo IV: Resultados, contiene procedimientos de investigación elegida, que fueron trabajadas estadísticamente con respuestas aplicadas a cada una de las interrogantes formuladas, la cual es respalda por las gráficas; y se incluye la contrastación a cada una de las propuestas establecidas y con sus suposiciones planteadas, utilizó su colocación de Ji cuadrado, las fichas utilizadas en observaciones los hallan clasificados de manera concluyentes, culminando con el procedimiento estadístico.

Capítulo V: constituido por Discusión, de resultados las cuales fueron obtenidas como resultado de tratamiento, analizamos aspectos doctrinarios conceptuales, de acuerdo con las respuestas en su formulación a supuestos o hipótesis, y en cuanto, a las recomendaciones, están orientadas como aportes para la recomendación.

Capítulo VI, conclusiones y recomendaciones, como resultados y confrontación con hipótesis, del proceso de la investigación, se inspeccionaron aspectos teóricos para su relación con las encuestas obtenidas con la finalidad de llegar a resultados, como el plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales.

Finalmente, al culminar la investigación y en cumplimiento a estructura aprobada y desarrollada, el Capítulo VI: denominado referencias bibliográficas que fue utilizada en base doctrinarias por ello se describe las fuentes bibliográficas, electrónicas de importancia significativa para nuestro trabajo

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCION DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En los últimos lustros el comercio se visto vigorizado en la ciudad de Paramonga, situación que se puede observar en la provincia de Barranca, situación que se presenta, por la búsqueda de centros de trabajo en la cual se carece de centros de producción que permita que los ciudadanos tengan la posibilidad de ingresar a una entidad pública o privada y desarrollar sus actividades técnicas o profesionales, es en ese contexto que el desarrollo del comercio se vigoriza, además, de la presencia o crecimiento demográfico que permite, el incremento de las familias, e inclusive el desarrollo no planificado en la ciudad es fuerte y con ello la informalidad que son aspectos a tenerse en cuenta, para el desarrollo de la ciudad.

En la visita que se puede realizar a sector comercial podemos evidenciar la carencia de una asesoría en el nivel financiero, lo cual se manifiesta que dichas pequeñas empresas o negocios en muchos casos familiares, no cuentan con la asesoría, técnica o profesional, que todo empresa requiere, de ahí el crecimiento de la informalidad o del endeudamiento que se presenta en las empresas comerciales, que en algunos casos conlleva a la quiebra de las mismas más, la falta de apoyo por parte de las entidad del estado como gobierno local, la superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria, que no se desarrollan actividades de orientación o puedan contar con herramientas que

ayuden en la asesoría a los pequeños y medianos empresarios que nacen en la ciudad.

De la misma forma se ha podido observar que no existe un orden en la utilización de su capital de trabajo, el cual en muchos casos es utilizado para solucionar problemas personales, generando la carencia de un orden en el manejo empresarial, de manera que se agota su capital de trabajo que permita mejorar el ciclo económico, por lo que recurren a las entidades financieras, en busca de endeudamiento para continuar en sus actividades comerciales, sin embargo se encuentran con tasas de interés altas, por lo tanto migran a las cajas de ahorro, que en cierta medida se convierte en sus centros de apoyo económico, pero por la falta de educación financiera terminan, con el crecimiento de sus deudas que en muchos casos se convierten en impagables.

Frente a ello consideramos que es importante que utilicen una herramienta que les permita ordenarse en su administración de sus recursos, como en la dirección de sus negocios, por ello consideramos que deben de contar con un plan de corto mediano y largo plazo, o lo que se conoce como plan estratégico, de manera que les permita contar con perspectiva de crecimiento y desarrollo empresarial, debidamente planificado, para una actividad sostenible del pequeño empresario en la ciudad de Paramonga.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema General

¿En qué medida el plan estratégico incide en la gestión financiera en empresas comerciales en el distrito de Paramonga?

1.2.2 Problemas Específicos

a. ¿Cómo la determinación de objetivos empresariales, inciden en la rotación de inventarios en empresas comerciales del distrito de Paramonga?

b. ¿De qué manera el flujo de las mercaderías incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales del distrito de Paramonga?

c. ¿En qué medida el nivel de evaluación de ventas incide en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales del distrito de Paramonga?

d. ¿Cómo el nivel de rentabilidad del negocio incide, en la rotación del inventario de existencias de las empresas comerciales del distrito de Paramonga?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo General

Verificar como el plan estratégico incide en la gestión financiera en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

1.3.2. Objetivos Específicos

a. Identificar si la determinación de objetivos empresariales, inciden en la rotación de inventarios en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

b. Determinar como el flujo de las mercaderías incide, en el periodo de cobranzas en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

c. Comprobar si el nivel de evaluación de ventas incide en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

d. Evaluar cómo el nivel de rentabilidad del negocio incide, en la rotación del inventario de existencias de las empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación por ejecutar se justifica, teniendo en cuenta que las empresas comerciales principalmente aquellas ubicadas en el distrito de Paramonga carecen de un plan estratégico que les permita orientar sus objetivos y a la par de ello desarrollar acciones con el apoyo de personal profesional capacitado.

Igualmente, comprendemos se justifica, por cuanto nos permitirá evaluar los aspectos de su gestión financiera de dichas entidades, como

se manifiesta para el cumplimiento de sus objetivos previstos en forma periódica, y si se cumple con sus obligaciones periódicas, nos permitiéremos verificar su cumplimiento.

Así mismo, pensamos se justifica por en cuanto nos permita identificar si existe relación o incidencia del planeamiento estratégico con gestión financiera en las empresas comerciales para lo cual nos veremos en la necesidad de revisar su información de manera que nos oriente a identificar la situación de liquidez o de cumplimiento de sus actividades en diferentes periodos.

1.5. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

El estudio se desarrollará con la visita in situ o sea con la relación directa con quienes tengan a su cargo al conducción y dirección de la empresa, conservando la confidencialidad de la información y la aceptación de los empresarios principalmente, de manera que nos permita identificar que herramientas trabajan para el cumplimiento de sus labores, y el análisis de sus resultados con el dialogo de empresarios, contadores y personal directos de entidades comerciales, así mismo recurriéremos a expertos que desarrollan el asesoramiento en el tipo de empresas.

1.6. VIABILIDAD DEL ESTUDIO

El estudio para realizar será viable, por cuanto nos permitiremos participar en forma directa en la visita a empresas comerciales en la ciudad de Paramonga, revisar si cuentan con plan estratégico para sus acciones orientando al control y orientación en la gestión financiera, para ello será necesario que contemos con el personal técnico, especializado que sea necesario, así como con los recursos financieros como económicos que permitan el desarrollo del estudio en el tiempo previsto de manera que sea posible cumplir con el objetivo proyectado.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.2. Investigaciones Internacionales

Asanza y Yanez (2016) en su tesis: Plan de ventas para optimizar la comercialización en empresa EQUISERVISA S.A. en Guayaquil; para lo cual tomo como objetivo general, diseñar el plan de ventas para optimizar la comercialización en la empresa EQUERVISA S.A. de Guayaquil, de acuerdo a sus características como naturaleza de estudios e trato de un estudio descriptivo y explicativo, de la misma forma sus tipos de estudio fueron de la combinación de investigación cuantitativa como cualitativa, para el proceso de recopilación de información utilizo la técnica de encuesta, como la entrevista, posterior a la revisión de la información y datos obtenidos, llegaron a la conclusión que la empresa deberá de continuar mejorando sus procesos, aplicando esfuerzos de marketing que les permita evolucionar en el mercado que le permita continuar incrementando sus ventajas ante la competencia.

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 fue 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 – EE. UU. 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.

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.

2.1.2. Investigaciones nacionales

Salazar (2017) en su estudio: Gestión Financiera para incrementar liquidez en ONG Socios en Salud Sucursal Perú, en la Universidad Nobert Winer, teniendo como objetivo general, mejorar la gestión financiera para incrementar la liquidez en ONG Socios en Salud Sucursal en el Perú, su estudio se enmarco en sintagma holístico, de enfoque tipo mixto o sea cualitativo y cuantitativo, siendo de tipo proyectista, con diseño transversal, finalmente la investigadora concluye que a través del modelo de mejora busca la solución de los problemas y permite la reducción de los errores a través de plan de mejora que permite optimizar la gestión financiera y mejorar la liquidez en la organización No gubernamental.

Bautista (2016) en su estudio: Planeamiento Financiero su incidencia en la rentabilidad de tiendas OESCHLE en la ciudad de Huancayo; para dicho estudio tuvo como objetivo general identificar la incidencia del planeamiento financiero en rentabilidad de las tiendas Oeschle ubicada en la ciudad de Huancayo, el tipo de investigación desarrollada fue teórica, haciendo uso de métodos del pasado, con el nivel descriptivo correlacional causal, que le permitió describir cómo explicar los procesos empresariales, sus métodos usados fueron analítico-sintético, inductivo-deductivo como el de abstracción-concreción; para su trabajo de campo fue necesario la utilización de entrevista como las encuestas de opinión con el

análisis documental, finalmente la investigadora llega a la conclusión que el planeamiento financiero incide de manera positiva en el crecimiento de rentabilidad de la tienda OESCHLE instalada en la ciudad de Huancayo, con la aplicación de políticas adecuadas.

Martínez y Silva (2016) en su estudio: Plan estratégico para mejorar la gestión de empresa Celestial Touch Chiclayo; en la Universidad Señor de Sipán, teniendo como objetivo general proponer un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch; su estudio fue de diseño no experimental-cuantitativa, teniendo el tipo descriptiva-propositiva; de la misma forma utilizo los métodos inductivo-deductivo, y para la recolección de datos utilizo la técnica de encuesta como la entrevista así mismo utilizo como instrumento el cuestionario; así mismo la guía de entrevista para la obtención de información de la muestra, finalmente los investigadores llegan a la conclusión que la propuesta de plan estratégico si mejora la gestión en el spa Celestial Touch.

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 diagnostico –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.

2.3.1. BASES TEÓRICAS

PLAN ESTRATÉGICO

Plan: “Intención y proyecto de hacer algo o como proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos” (Ordaz & Saldaña, 2006, pág. 67).

Plan estratégico: “Plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adaptado hoy en referencia a lo que hará en los tres próximos años, para lograr una organización más

competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de intereses” (De Vicuña, 2013).

Para el economista Agustín Reyes Ponce: La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización función administrativa que proporciona los medios para que los trabajadores puedan conocer las acciones futuras a partir de los problemas en ambientes complejos, dinámicos y constantes. (1992, pág. 243).

La autora Armijo, plantea la planificación estratégica desde un punto de vista metodológico, como “un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos” (2011, pág. 36).

Estrategias: “La estrategia es una herramienta de dirección que facilita procedimientos y técnicas con un basamento científico, que empleadas de manera iterativa y trans-funcional, contribuyen a lograr una interacción proactiva de la organización con su entorno, coadyuvando a lograr efectividad en la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la misma” (Ronda, 2002).

Para los autores Goodstein, Nolan y Pfeiffer, en su obra *Planeación Estratégica Aplicada*, ven a la planeación estratégica como “el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo” (2004, pág. 172).

Es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Supone la participación de los actores organizacionales, la obtención permanente de información sobre sus factores claves de éxito, su revisión, monitoreo y ajustes periódicos para que se convierta en un estilo de gestión que haga de la organización un ente proactivo y anticipatorio. (Mendoza, 2014, pág. 22).

Es importante tener claros la finalidad de la organización los procesos a delimitar a ello López (2008) describe: Los objetivos de una organización se pueden definir como la finalidad o situación deseada, que se quiere alcanzar en la ejecución de un proceso. Al alcanzar dicho objetivo, esa imagen deseada se convierte en real, por tal el objetivo deja de ser una finalidad en alcanzar y se requiere establecer un nuevo objetivo.

Los objetivos de una empresa deben ser específicos por ello David Fred (2008) enfatiza: Los objetivos se definen como los resultados específicos que una organización busca alcanzar al perseguir su misión básica. Los objetivos son esenciales para el éxito de la organización

porque señalan la dirección, ayudan en la evaluación, crean sinergia, revelan las prioridades, se centran en la coordinación y constituyen la base para que las actividades de planeación, organización, dirección y control resulten efectivas (p. 13)

Con respecto a las amenazas es necesario considerar los riesgos que suelen presentarse en tal sentido Martí (2013) aclara es: “Fenómeno, sustancia, actividad humana o condición peligrosa que puede ocasionar la muerte, lesiones u otros impactos a la salud, al igual que daños a la propiedad, la pérdida de medios de sustento y de servicios, trastornos sociales y económicos, o daños ambientales” (p. 155).

Con relación a Competencia es necesario tener en cuenta las capacidades por ello Guerra (2015) señala como: “Conjunto articulado y dinámico de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que toman parte activa en el desempeño responsable y eficaz de las actividades cotidianas dentro de un contexto determinado” (p. 72).

Componente organizacional al respecto Mendoza (2014) expresa: “Tiene que ver con la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que el personal debe desempeñar en una empresa y en sus unidades funcionales. Esta estructura debe tener como fin la elaboración de un entorno favorable para la realización de las labores del recurso humano” (p. 29).

Cultura organizacional: “Sistema de creencias y valores compartidos que se desarrolla dentro de una organización o dentro de una subunidad y que guía y orienta la conducta de sus miembros” (Chiavenato, 2007, pág. 164).

Diagnostico estratégico: “Análisis de las fortalezas y debilidades de la organización; así como también de las amenazas y oportunidades del entorno de esta” (Mendoza, 2014, pág. 14).

En cuanto a Direccionamiento estratégico Marengo (2018) explica: “Disciplina que, a través de un proceso denominado ‘Planeación Estratégica’, compila la ‘Estrategia de Mercadeo, que define la orientación de los productos y servicios hacia el mercado”.

Con relación a Gestión empresarial sus procesos deben ser expuesto a ello Benavides (2011) explica “Conjunto de actividades orientadas a la producción de bienes (productos) o la prestación de servicios (actividades especializadas), dentro de organizaciones” (p. 6).

GESTIÓN FINANCIERA

Para Toffler, en su libro Shock del futuro, la nueva sociedad del futuro será sumamente dinámica y cambiante, indicándonos, como menciona Chiavenato (2014) que “las estructuras organizacionales serán flexibles y cambiantes, lo que provocará que los departamentos y las

divisiones irrumpen súbitamente para integrarse en otras organizaciones” (p. 391).

Para Pérez-Carballo (2015), “La mentalidad financiera ha de estar presente en todo análisis de prácticamente todas las decisiones operativas, mediante el apoyo del crecimiento rentable y la evaluación de inversiones” (p. 25).

La planificación financiera, influye en las operaciones de la empresa debido a que facilita rutas que guían, coordinan y controlan las acciones para lograr los objetivos de la organización, se establece la manera de lograr las metas; además representa la base de toda la actividad económica de la empresa, según Moreno, citado por Morales y Morales (2014), “La planeación financiera define el rumbo que tiene que seguir una empresa para alcanzar sus objetivos estratégicos, con el propósito de mejorar la rentabilidad y establecer la cantidad adecuada de efectivo”. (p. 7).

Capacidad que tiene una entidad para hacer frente a sus obligaciones financieras. Para Arching y Arching (2006) indica que: Expresa no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes, además facilita examinar la situación financiera de la compañía frente a otras. (p. 15)

Capital de trabajo Para Tanaka (2005), el capital de trabajo tiene dos definiciones: capital de trabajo bruto y capital de trabajo neto. El capital de trabajo bruto equivale al activo corriente de la empresa, representa las inversiones a corto plazo (inversiones que se pueden convertir en efectivo en un plazo de hasta un año) y está compuesto por partidas como caja bancos, valores negociables, cuenta por cobrar comerciales, otras cuentas por cobrar, existencias y cargas diferidas. Sin embargo, al referirse al concepto de capital de trabajo, se hace mención del capital neto que consiste en la diferencia de activo corriente menos pasivo corriente, es decir, inversiones a corto plazo menos financiamiento de terceros a corto plazo. (p. 210).

Para Granados, Latorre y Ramírez (2008) “Las cuentas por cobrar representan un derecho de la empresa originado por ventas a crédito, préstamos a empleados, en definitiva, por el cumplimiento de su objeto social” (p. 177).

2.3.2 BASES FILOSÓFICAS

OBJETIVOS EMPRESARIALES

Toda empresa al constituirse se propone como objetivo el inicio de un negocio, busca de rentabilidad, que le permita ubicarse en un contexto que le permita consolidarse buscando siempre contar con clientes, que les permita desarrollar consensuadamente sus actividades comerciales, con éxito y así lograr contar con un posicionamiento adecuado.

FLUJO DE MERCADERÍAS

Está relacionado al ciclo de ventas, fundamentalmente al comportamiento de la rotación de las mercaderías, a mayor flujo o rotación, se tendrá mayor capacidad de venta, lo cual al final genera mejor rentabilidad, como la recuperación de la inversión, o cumplimiento con las obligaciones financieras, que generalmente se adquiere como capital de trabajo, es por ello por lo que las empresas se preocupan por la salida de sus productos.

EVALUACIÓN DE VENTAS

Es la actividad que permite en forma periódica, realizar las revisiones y controles adecuados, orientados a reducir riesgos, de manera que dichas acciones estén en consonancia con los bienes que se administra en la empresa como con los flujos o rotación de ellos productos, es importante la realización de ello, por cuanto permite realizar las acciones de revisión del comportamiento de sus clientes en el mercado.

RENTABILIDAD DEL NEGOCIO

Todo negocio está orientado a la rentabilidad, a contar con un margen que le permite actuar como inversionista, el negocio con responsabilidad permite realizar los controles adecuados, orientados a desarrollar en forma ordenada el cumplimiento con sus materias primas o productos orientados al servicio de los clientes, y que le permita contar con un margen posterior al cumplimiento de las obligaciones tributarias, y financieras, dicho margen es conocido como utilidad o rentabilidad.

ROTACIÓN DE INVENTARIOS

La acción de revisión o evaluación de los inventarios permite realizar en forma periódica el comportamiento en los inventarios, que es la acción mediante la cual se permite evaluar en forma real y objetiva el accionar de los inventarios, acción que permite tomar medidas sobre la ubicación de estos.

PERIODO DE COBRANZAS

Relacionado a la actividad del recupero de las deudas por cobrar, en función a los productos colocados a los clientes, dicho periodo permite que en las empresas se cuenten con una clasificación de cartera de clientes, con la finalidad de realizar acciones de fidelización a los clientes, así como para futuras colocaciones en el tiempo, además que está orientado a identificar y desarrollar políticas de cobranzas oportunas adecuadas a las exigencias de recuperación del capital como de colocar nuevos productos.

ROTACIÓN DE CARTERA DE CLIENTES

La actividad de rotación de cartera tiene que ver con las políticas crediticias o de ventas que debe aprobar la gerencia, con la finalidad de buscar un incremento en la cantidad de clientes, que redunde en la ampliación de las ventas, aspecto de suma importancia que permite medir la capacidad de la empresa, en periodo difícil.

ROTACIÓN DEL INVENTARIO DE EXISTENCIAS

Las existencias en planta o en servicios es de suma importancia, por cuanto estos se convierten en los insumos a ser puestos en el mercado, para ello se requiere una valuación de comportamiento en las entradas como las salidas de estos, adicionalmente su ubicación en el mercado, para la evaluación de recuperación de sus costos que permita mantenerse en el mercado cuidando sus márgenes de rentabilidad que es de suma importancia.

2.4. HIPOTESIS DE INVESTIGACIÓN

2.4. Hipótesis General

El plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales en el distrito de Paramonga.

2.5. Hipótesis Específicas

a. La determinación de objetivos empresariales, inciden de manera favorable en el nivel de rotación de inventarios en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

b. El flujo de las mercaderías incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales del distrito de Paramonga.

c. El nivel de evaluación de ventas incide, de manera favorable en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

d. El nivel de rentabilidad del negocio incide, en la rotación del inventario de las existencias de las empresas comerciales del distrito de Paramonga.

2.6. OPERACIONALIZACIÓN NDE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE INDEPENDIENTE

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

CONCEPTO OPERACIONAL

Es la herramienta que permite analizar y proponer la relación de actividades a desarrollar en un periodo, que principalmente supera el periodo anual, generalmente los planes son a mediano y largo plazo, en correspondencia a las actividades de la entidad, las cuales se evalúan en forma anual, como periodos más cortos que nos permite desarrollar planes de mejoras que permita reducir los riesgos y cumplir con los objetivos empresariales.

DIMENSIONES

- Empresas comerciales
- Capacidad de producción
- Capacidad de colocación de productos
- Capacidad de movilidad empresarial

INDICADORES:

- Objetivos empresariales
- Flujo de mercaderías
- Nivel de evaluación de ventas
- Nivel de rentabilidad del negocio

INDICES

- Evaluación de cumplimiento
- Evaluar movimiento de productos
- Cumplimiento de ciclo de ventas
- Evaluar capacidad de utilidad

VARIABLE DEPENDIENTE**GESTIÓN FINANCIERO****CONCEPTO OPERACIONAL**

Una de las actividades más importantes en las empresas es la gestión financiera, entendida como la organización empresarial permite contar con los mecanismos de la dirección en finanzas, que permita que se cuente con la liquidez suficiente para cumplir con las acciones tendientes a cumplir con los objetivos propuestos por los periodos de tiempo, el gerente financiero es el profesional que debe participar activamente en las acciones de orientación para la toma de decisiones en la empresa.

DIMENSIONES

- Capacidad de contar con controles
- Proceso de recaudo de cuentas por cobrar

- Clasificación de clientes
- Cumplimiento y control de existencias

INDICADORES:

- Nivel de rotación de inventarios
- Nivel de periodo de cobranzas
- Rotación de cartera de clientes
- Rotación el inventario de existencias

INDICES

- Evaluación de bienes
- Evaluación de ciclo de ingresos
- Cumplimiento de cartera de clientes
- Inventarios evaluados

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo

Nuestra investigación a desarrollar considerando su naturaleza de la situación problemática planteada y en correspondencia a sus objetivos, pensamos que el actual tesis reúne circunstancias para ser estimado como investigación aplicada – explicativa, en tal sentido se nos permitirá ejecutar la exploración, con la finalidad de proponer alternativas de solución al problema planteado sobre la situación de la gestión financiera que se presenta para ello se propone la realización de planes estratégicos que permitan dar solución en las empresas comerciales en la ciudad de Paramonga.

El esquema determinado de la indagación es descriptivo correlacional, para la cual se bosqueja el esquema siguiente:

$$M = ox I oy$$

Dónde:

M = Modelo seleccionado.

O = Información.

X = Plan estratégico

Y = gestión financiera

I = Grado de preponderancia entre principio y resultado.

Enfoque

En la responsabilidad de la exploración del estudio será desarrollado considerando la orientación cuantitativa, fundamento que nos permitirá ofrecer un aporte con relación a hechos reales o palpables, visibles, medibles con relación a los diferentes problemas que se presentan en la gestión financiera en las empresas comerciales, para ello mencionamos la utilización de un plan estratégico que permita minimizar dichos problemas.

En el desarrollo de la presente investigación pensamos que será necesario la utilización de los siguientes métodos:

HISTORICO

Método que consideramos de suma importancia por cuanto nos ayudara conocer el comportamiento como evolución, desarrollo como situación actual de la gestión financiera en la empresa si para ello utiliza alguna herramienta que permita usarla, para la minimizar los riesgos que podrían generar en la empresa.

DESCRIPTIVO

Método que ayudara a identificar, analizar como estudiar variables como gestión financiera y planes estratégicos, de manera que nos permitirá describir e interpretar los procedimientos que se utilizan en las empresas comerciales, en su comportamiento de gestión financiera, que acciones realizan,

su situación en el contexto de cumplir con sus obligaciones, su comportamiento del capital de trabajo y su recuperación, de la misma forma tener en cuenta si se utiliza el plan estratégico como herramienta orientada a mejorar sus acciones. En las empresas comerciales del distrito de Paramonga.

EXPLICATIVO

Procedimiento que nos ayudara en manifestación como reconocimiento de los instrumentos que se utilizan en la gestión financiera, que resultados generan explicación que será necesaria con la finalidad de ubicar correctamente las recomendaciones con la finalidad de mitigar dichos riesgos en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga que nos permita ofrecer propuestas alternativas para su conducción en el tiempo entre ellos el plan estratégico.

ANALÍTICO

Proceso que nos permitirá describir el análisis del comportamiento de la gestión financiera en la empresa, que procesos se utilizan dicho análisis está orientado a su explicación para evaluar las causas que generan el problema central en la investigación, y así permita proponer procesos alternativos a dar solución a dichos problemas identificados, entre los instrumentos financieros en la gestión de sus negocios que orienten a mejorar sus actividades con el Planeamiento estratégico como aspecto importante en la conducción o dirección empresarial.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Población

En la actual investigación consideramos que nuestra población estará compuesta por las empresas comerciales instaladas en el distrito de Paramonga, y para ello lo expresamos en 104 personajes entre empresarios, contadores, como colaboradores, dicha información fue obtenida del registro de licencia de funcionamiento que se encuentran en la municipalidad distrital de Paramonga.

3.2.2 Muestra

En relación con la muestra para la investigación estará constituida por un conjunto de personas, por lo que su dimensión de la muestra quedará constituida por 82 personas entre empresarios, contadores como colaboradores, para lo cual se utilizó la fórmula del muestreo aleatorio simple la cual nos permitió estimar proporciones, para una población finita o conocida, en tal sentido lo explicamos seguidamente:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

De donde:

n= Dimensión de la muestra

Z= Importe de coordenada de parábola estándar para una posibilidad del 95% de confianza.

P= Simetría de empresarios, contadores como colaboradores quienes declararon el plan estratégico, no incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales en el distrito de Paramonga. (Por lo que asume $P=0.5$).

Q.= Simetría de empresarios, contadores como colaboradores quienes declararon el plan estratégico, si incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales en el distrito de Paramonga ($Q = 0.5$, valor asumido debido al desconocimiento de Q).

E= Porción de falta 5%

N= Urbe

n= Dimensión insuperable del modelo.

A la sazón, del nivel de significancia de 95% y 5% como margen de falta

Substituyendo cálculos poseemos

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (104)}{(0.05)^2 (104-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 82.01$$

$$n = 82 \text{ Personas}$$

3.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1 Técnicas a emplear

Para el actual compromiso de indagación será necesaria el manejo de los procesos más significativos que a continuidad se detallan:

Encuestas.

Instrumento que nos ayudara en la recopilación de información en cuanto a si en las empresas comerciales se utiliza la herramienta de plan estratégico, como los problemas que se presentan en la gestión financiera de suma importancia para las conclusiones.

Análisis Documental.

Herramienta de singular importancia en la medida que permitirá el análisis de comportamiento en cuanto a la gestión financiera, como se desarrolla en las empresas comerciales, problemas que suelen presentarse a menudo, dificultades que generan, así como ver si es posible la aplicación de un plan a corto mediano o largo plazo que les permita reducir los niveles de riesgo.

DESCRIPCIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Ficha bibliográfica:

Instrumento que no puede faltar en todo estudio, en la medida que permite la participación de bibliografía especializada de autores, que permiten

ayudar a la interpretación, de los conceptos básicos, así como la posibilidad de aplicar un plan a corto mediano como a largo plazo por ello se recurrirá a revistas especializadas, obras o ensayos que aborden las variables de la investigación.

Guía de entrevista:

Guía preelaborada que permita ser un instrumento útil para el dialogo con empresarios, contadores a través del cual se obtiene información de suma importancia en relación con los problemas que suelen presentarse en el proceso de la gestión financiera, además permitirá identificar las causas con la finalidad de dar solución, o proponer alternativas que estén orientadas a reducir dichos riesgos en la toma de decisiones sobre gestión financiera.

Ficha de cuestionario:

Instrumento que se elabora teniendo en cuenta los indicadores de cada una de las variables y que permitirán la obtención de información, como datos que nos ayuden a encontrar las causas de las deficiencias en la gestión financiera, y a partir de ello proponer alternativas entre ellas los planes de corto mediano como largo plazo, con el objetivo que se resuelvan los inconvenientes que se presenten en las empresas comerciales.

Procedimientos de comprobación de validez y confiabilidad de los instrumentos

Las herramientas elaboradas servirán para formular las preguntas a empresarios, contadores, colaboradores como a profesionales especializados en

la asesoría de gestión financiera en empresas comerciales, en la búsqueda de solución a sus problemas que se presentan. En tal sentido con la finalidad de experimentar la confiabilidad de la información procesada se procederá a aplicar la encuesta piloto para 82 individuos entre empresarios, contadores, colaboradores los cuales serán identificados al azar, con la finalidad de probar la fiabilidad y particularidad de la indagación recolectada.

3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Técnicas de Análisis:

Utilizamos las siguientes técnicas:

- Estudio fundamentado
- Concordancia de fichas
- Indagación
- Rastreo

Técnicas de Procesamiento de Datos:

Para el procesamiento de datos que se consiguieron de las diferentes fuentes por medio de las diversas técnicas como:

- Ordenamiento y clasificación
- Reconocimiento manejable
- Estudio fundamentado
- Interpretación de tablas en proporciones
- Comprensión de gráficos

- Concordancia de fundamentos

Se utilizaron en el proceso informatizado con SPSS (Statistical Package for Social Sciences), adaptación 22.0 del tipo de reciprocidad de Pearson y nivel de confianza del 95%.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. ANALISIS DE RESULTADOS

El compromiso al culminar toda investigación, es que obligatoriamente se debe exponer sus resultados con el esclarecimiento y análisis de la información como de la documentación a la cual se tuvo acceso, de manera que los diferentes autores a los cuales hemos revisado en sus comentarios como explicaciones, manifiestan la importancia que tiene el Planeamiento como herramienta que permite organizar en forma de prioridades las acciones que se debe desarrollara en la organizaciones, y en lo que respecta a la gestión financiera en su gran mayoría coinciden que es precisamente el planear en forma anticipada las fuentes de ingresos con las cuales se cuenta para así planificar el cumplimiento con las diferentes obligaciones a ello se debe de adicionar un calendario que permita realizar la evaluación periódica con el fin de corregir alguna deficiencia, es importante que los profesionales encargados de la dirección de las empresas asuman el compromiso de análisis y programación adecuada teniendo en cuenta los niveles de ingresos, los mimos que también forman parte del plan estratégico que es lo que se planea en la empresa en el corto mediano y largo plazo como garantía de que as acciones de consolidación y crecimiento de las organizaciones sean de manera organizada, en tal sentido la recomendación es que las empresas comerciales cuenten con un plan estratégico que permita orientar y ordenar su gestión financiera.

4.1.1. OBJETIVOS EMPRESARIALES

Tabla 1

Se cumple con los objetivos empresariales en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga

ALTERNATIVAS			Porcentaje	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
a. Muy de acuerdo	22	26.82	26.83	26.83
b. De acuerdo	21	25.60	25.61	52.44
c. Poco de acuerdo	19	23.17	23.17	75.61
d. En desacuerdo	13	15.85	15.85	91.456
e. Muy en desacuerdo	7	8.53	8.54	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

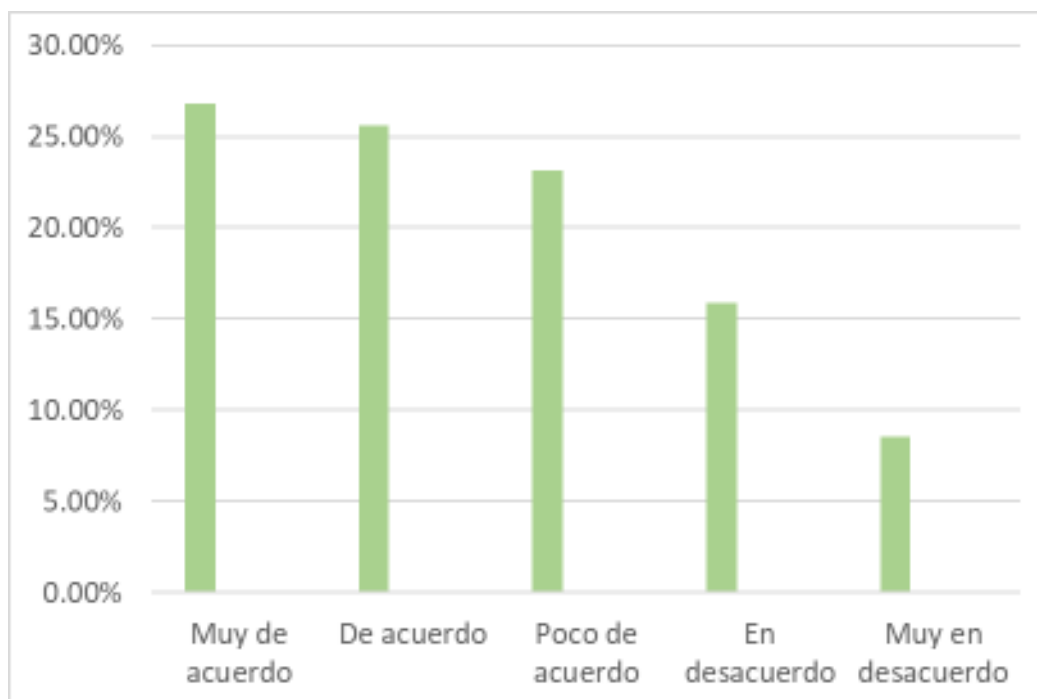


Figura 1. Se cumple con los objetivos empresariales en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga

INTERPRETACIÓN

Como logramos observar en la exhibición de la gráfica que antecedente se consiguió confirmar que de la encuesta han expresado, como un 26.83% consideraron estar muy de acuerdo que se cumple con los objetivos empresariales en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga, un 25.61% manifestaron estar de acuerdo, el 23.17% poco de acuerdo y contrariamente un 15.85% consideraron estar en desacuerdo y finalmente el 8.54% marcaron la tercera alternativa o sea están muy en desacuerdo que se cumpla con los objetivos empresariales en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga.

4.1.2. FLUJO DE MERCADERIAS

Tabla 2

Se realiza adecuadamente el flujo de mercaderías en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga

ALTERNATIVAS			Porcentaje	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
a. Muy de acuerdo	23	28.04	28.05	28.05
b. De acuerdo	18	21.95	21.95	50.00
c. Poco de acuerdo	16	19.51	19.51	69.51
d. En desacuerdo	19	23.17	23.17	92.68
e. Muy en desacuerdo	6	7.31	7.32	100.00
TOTAL	82	99.98	100.00	

Nota: Elaboración propia

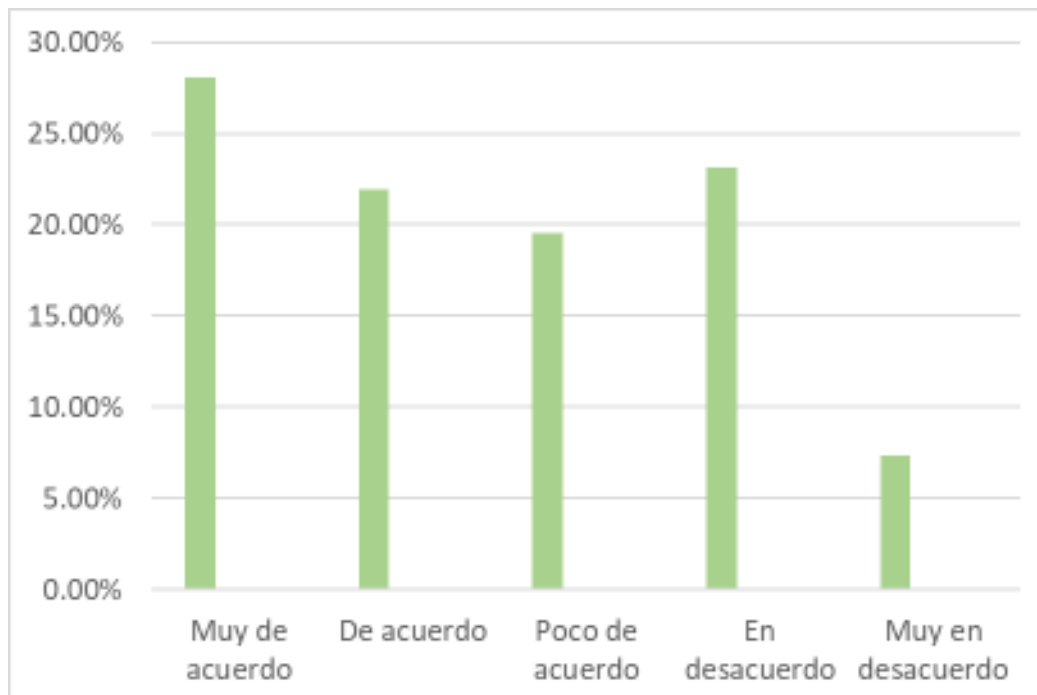


Figura 2. Se realiza adecuadamente el flujo de mercaderías en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga

INTERPRETACIÓN

De la indagación al proceso de respuestas a incógnitas las cuales se muestran en grafica precedente, es necesario indicar un 25.08% opinaron estar muy de acuerdo que se realiza adecuadamente el flujo de mercaderías en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga; el 21.95% opinaron estar de acuerdo; un 19.51% poco de acuerdo; contrariamente el 23.17% opinaron estar en desacuerdo, que se realice adecuadamente el flujo de mercaderías en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga y finalmente el 7.32% opinaron estar muy en desacuerdo.

4.1.3. EVALUACIÓN DE VENTAS

Tabla 3

Se cumple con evaluación de ventas realizadas por las empresas comerciales en el distrito de Paramonga

ALTERNATIVAS			Porcentaje	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
a. Muy de acuerdo	24	29.26	29.27	29.27
b. De acuerdo	19	23.17	23.17	52.44
c. Poco de acuerdo	17	20.73	20.73	73.17
d. En desacuerdo	15	18.29	18.29	91.46
e. Muy en desacuerdo	7	8.53	8.54	100.00
TOTAL	82	99.98	100.00	

Nota: Elaboración propia

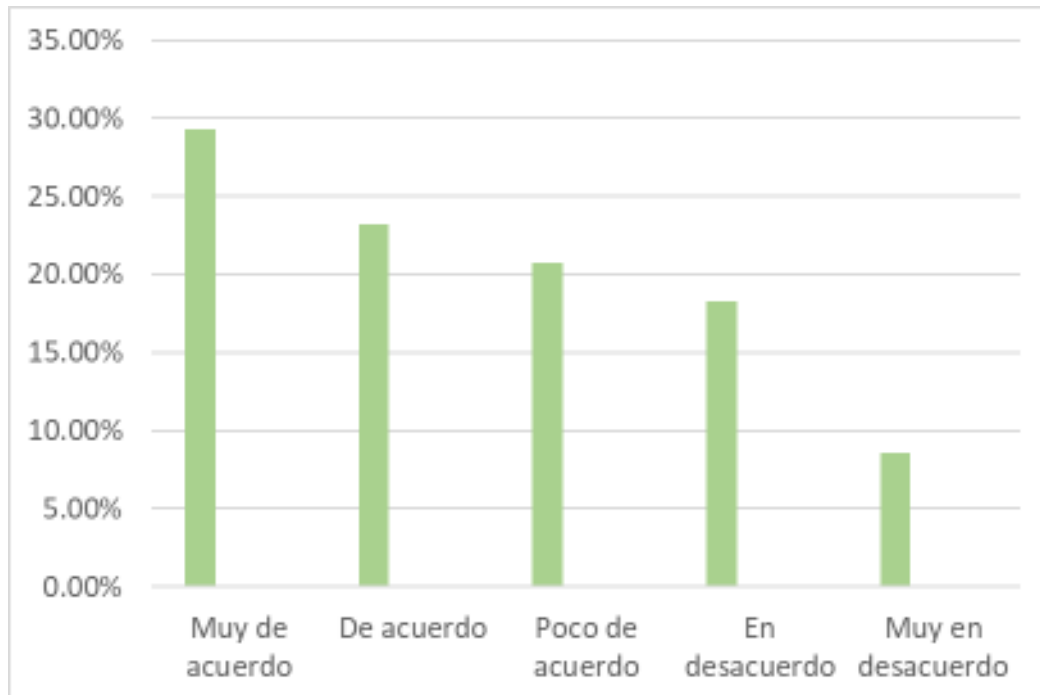


Figura 3. Se cumple con la evaluación de ventas realizadas por las empresas comerciales en el distrito de Paramonga

INTERPRETACIÓN

De la pregunta formulada logramos considerar de las respuestas obtenidas que se manifiestan en grafica que precede, logrando expresar cómo un 29.27% consideraron estar muy de acuerdo que, se cumple con la evaluación de ventas realizadas por las empresas comerciales en el distrito de Paramonga; el 23.17% respondieron estar de acuerdo, el 20.73% poco de acuerdo pero contradictoriamente el 18.29% consideraron estar en desacuerdo, finalmente el 8.54% opinaron estar muy en desacuerdo que se cumpla con la evaluación de ventas realizadas por las empresas comerciales en el distrito de Paramonga.

4.1.4. RENTABILIDAD

Tabla 4

Se cumple con la rentabilidad adecuada en las empresas comerciales situadas en el distrito de Paramonga

ALTERNATIVAS			Porcentaje	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
a. Muy de acuerdo	19	23.17	23.17	23.17
b. De acuerdo	18	21.95	21.95	45.12
c. Poco de acuerdo	17	20.73	20.73	65.85
d. En desacuerdo	19	23.17	23.17	89.02
e. Muy en desacuerdo	9	10.97	10.98	100.00
TOTAL	82	99.99	100.00	

Nota: Elaboración propia

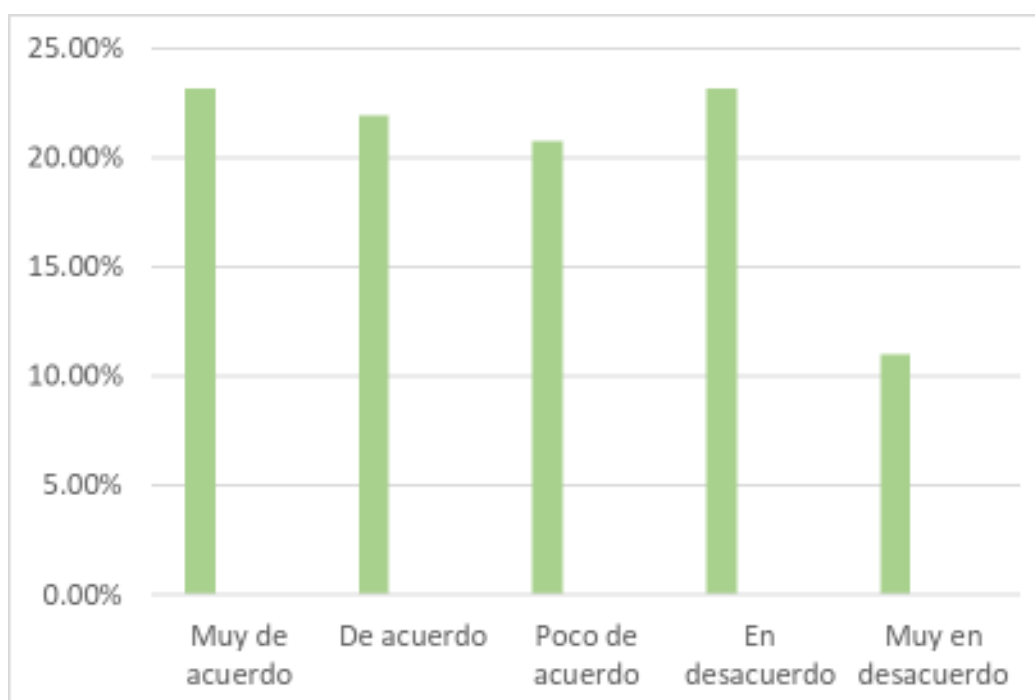


Figura 4. Se cumple con la rentabilidad adecuada en las empresas comerciales situadas en el distrito de Paramonga

INTERPRETACIÓN

Tal como logramos apreciar a través de la gráfica que antecede nos permite señalar como, el 23.17% razonaron estar de acuerdo que, se cumple con la rentabilidad adecuada en las empresas comerciales situadas en el distrito de Paramonga; el 21.95% opinaron estar de acuerdo, un 20.73% respondieron estar poco de acuerdo, contradictoriamente el 23.17%, respondieron estar en desacuerdo que se cumpla con la rentabilidad adecuada en las empresas comerciales situadas en el distrito de Paramonga, finalmente el 10.98% consideraron estar muy en desacuerdo.

4.1.5. PLAN ESTRATÉGICO

Tabla 5

El plan estratégico influirá en la rentabilidad de empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga

ALTERNATIVAS			Porcentaje	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
a. Muy de acuerdo	51	62.19	62.19	62.19
b. De acuerdo	10	12.19	12.19	74.38
c. Poco de acuerdo	9	10.97	10.98	85.36
d. En desacuerdo	7	8.53	8.54	93.90

e. Muy en desacuerdo	5	6.09	6.10	100.00
TOTAL	82	99.98	100.00	

Nota: Elaboración propia

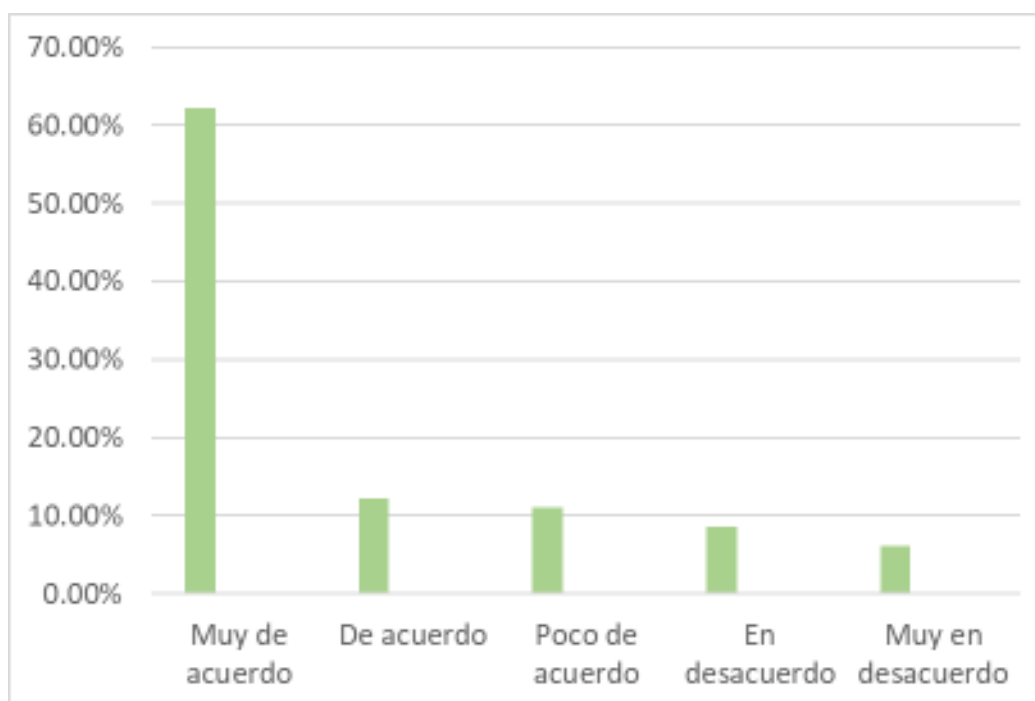


Figura 5. El plan estratégico influirá en la rentabilidad de las empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga

INTERPRETACIÓN

Tal como comprobamos de lo indicado de absoluciones a interrogantes expresadas en gráfica, anteriormente expuesta, expresa como un 62.19% consideraron estar muy de acuerdo, que el plan estratégico influirá en la rentabilidad de las empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga; un 12.19% consideración estar de acuerdo; el 10.98% respondieron estar poco de acuerdo, sin embargo, inversamente el 8.54% manifestaron su discrepancia, que el plan estratégico influya en la rentabilidad de las empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga, al culminar un 6.10% respondieron estar

muy en desacuerdo.

4.1.6. ROTACIÓN DE INVENTARIOS

Tabla 6

Se cumple con la rotación de inventarios en empresas comerciales en el distrito de Paramonga.

ALTERNATIVAS			Porcentaje	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
a. Muy de acuerdo	29	35.36	35.37	35.37
b. De acuerdo	15	18.29	18.29	53.66
c. Poco de acuerdo	14	17.07	17.07	70.73
d. En desacuerdo	16	19.51	19.51	90.24
e. Muy en desacuerdo	8	9.76	9.76	100.00
TOTAL	82	99.98	100.00	

Nota: Elaboración propia

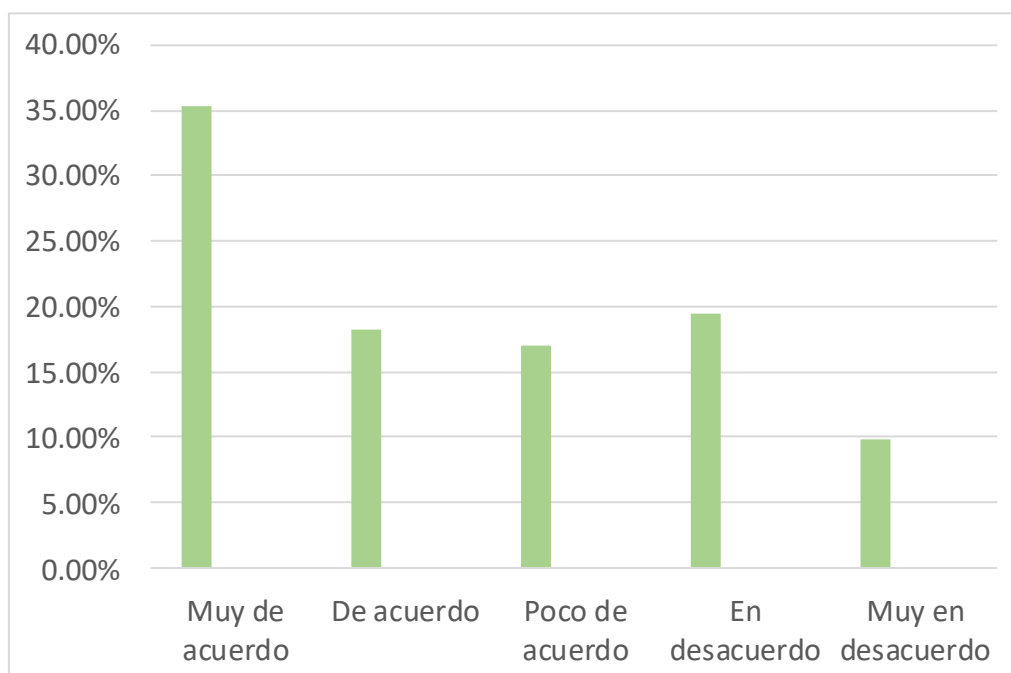


Figura 6. Se cumple con la rotación de inventarios en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga

INTERPRETACIÓN

De las respuestas obtenidas las cuales se presentan en la gráfica que antecedente en función a incógnitas bosquejadas, conseguimos señalar como un 35.37% opinaron estar muy de acuerdo que se cumple con la rotación de inventarios en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga; un 18.29% respondieron estar de acuerdo, el 17.07% manifestaron estar poco de acuerdo; sin embargo de manera contrariamente el 19.512% opinaron estar en desacuerdo, que se cumpla con la rotación de inventarios en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga, finalmente el 9.76% respondieron estar muy en desacuerdo.

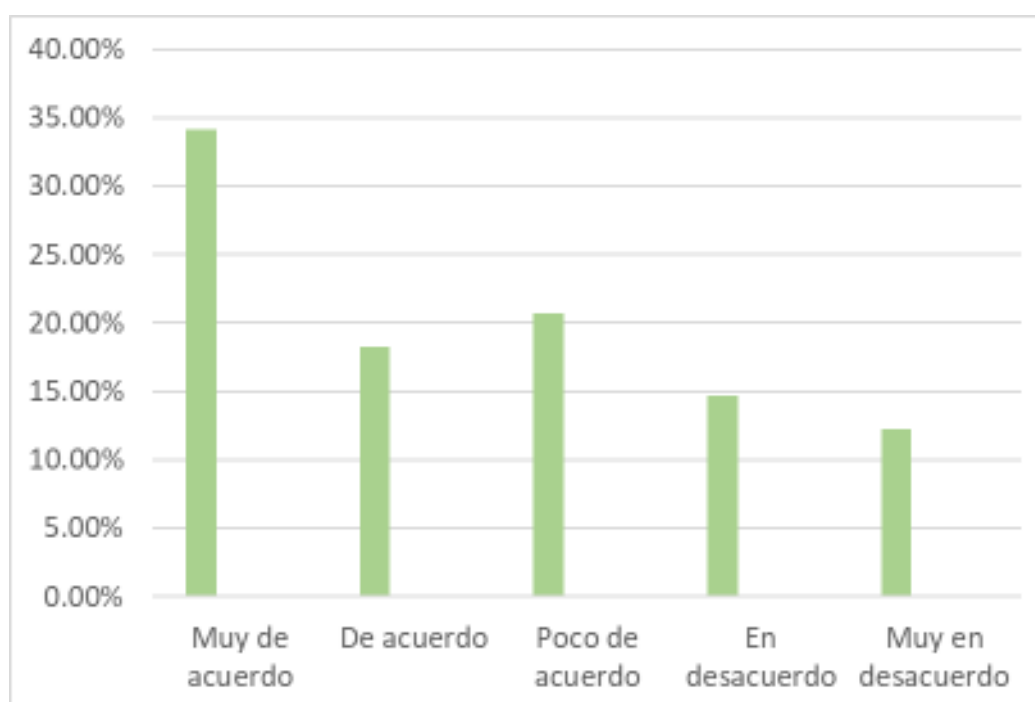
4.1.7. PERIODO DE COBRANZA

Tabla 7

*Se cumple con el periodo de cobranzas en las empresas comerciales
ubicadas en el distrito de Paramonga*

ALTERNATIVAS			Porcentaje	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
a. Muy de acuerdo	28	34.14	34.15	34.15
b. De acuerdo	15	18.29	18.29	52.44
c. Poco de acuerdo	17	20.73	20.73	73.17
d. En desacuerdo	12	14.63	14.63	87.80
a. Muy en desacuerdo	10	12.19	12.20	100.00
TOTAL	82	99.98	100.00	

Nota: Elaboración propia



*Figura 7. Se cumple con el periodo de cobranzas en las empresas comerciales
ubicadas en el distrito de Paramonga*

INTERPRETACIÓN

Como conseguimos observar las consecuencias procedentes de interrogación mencionada que se describen en la gráfica precedente, podemos señalar que el 34.15% pensaron estar muy de acuerdo que, se cumple con el periodo de cobranzas en empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga; el 18.29% respondieron estar de acuerdo, 20.73% manifestaron estar poco de acuerdo; pero sin embargo contrariamente el 14.63% consideraron estar en desacuerdo que se cumpla con el periodo de cobranzas en empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga, finalmente el 12.20% opinaron estar muy en desacuerdo.

4.1.8. ROTACION INVENTARIOS

Tabla 8

Se cumple con la rotación de inventarios en las empresas comerciales instaladas en el distrito de Paramonga

ALTERNATIVAS			Porcentaje	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
a. Muy de acuerdo	21	25.60	25.61	25.61
b. De acuerdo	11	13.41	13.41	39.02
c. Poco de acuerdo	19	23.17	23.17	62.19
d. En desacuerdo	25	30.48	30.49	92.68
e. Muy en desacuerdo	6	7.31	7.32	100.00

TOTAL	82	99.98	100.00
--------------	-----------	--------------	---------------

Nota: Elaboración propia

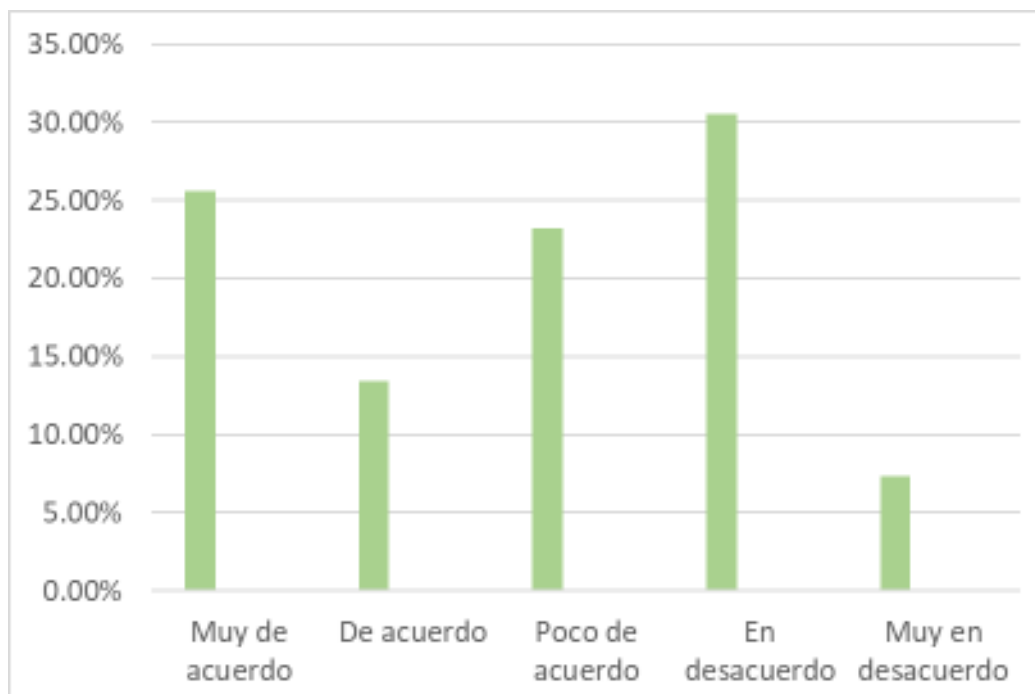


Figura 8. Se cumple con la rotación de inventarios en las empresas comerciales instaladas en el distrito de Paramonga

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los hechos de recopilación de incógnitas desarrolladas y mencionadas en gráfica, se muestra como un 25.61% calificaron estar muy de acuerdo, que se cumple con la rotación de inventarios en las empresas comerciales instaladas en el distrito de Paramonga; un 13.41% expresaron estar de acuerdo, el 23.17% respondieron estar poco de acuerdo; sin embargo contrariamente el 30.49% consideraron estar en desacuerdo que se cumpla con la rotación de inventarios en las empresas comerciales instaladas en el distrito de

Paramonga; finalmente un 7.32% registran estar muy en desacuerdo.

4.1.09 ROTACIÓN DE CARTERA

Tabla 9

Se cumple con la rotación de la cartera de clientes de las empresas comerciales en el distrito de Paramonga

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	22	26.82	26.83	26.83
b. De acuerdo	15	18.29	18.29	45.12
c. Poco de acuerdo	19	23.17	23.17	68.29
d. En desacuerdo	18	21.95	21.95	90.24
e. Muy en desacuerdo	8	9.75	9.76	100.00
TOTAL	82	99.98	100.00	

Nota: Elaboración propia

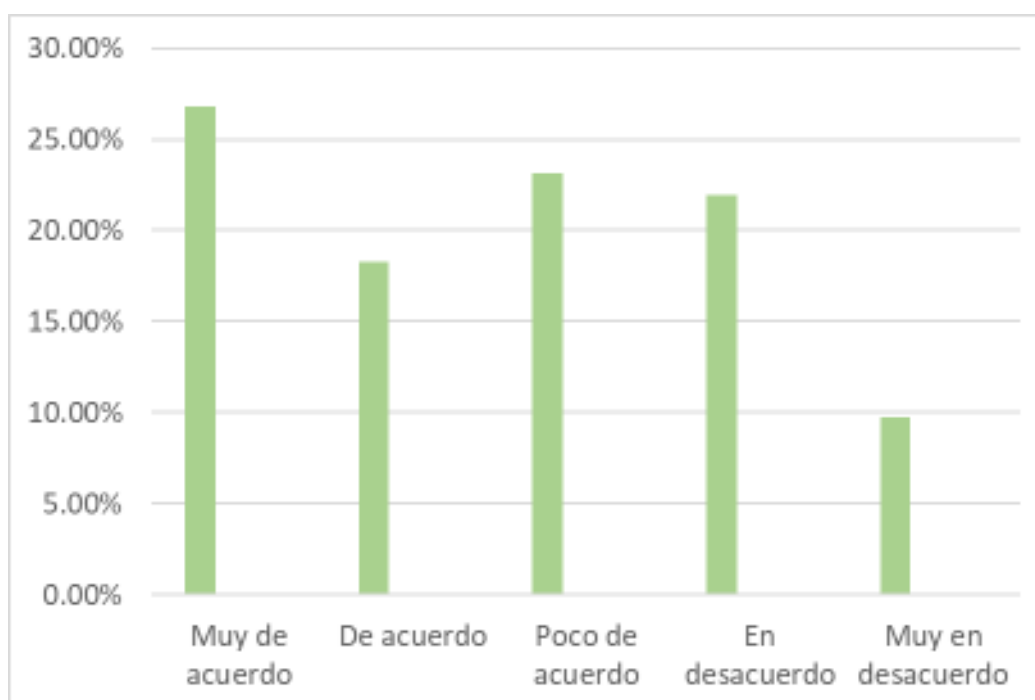


Figura 9. Se cumple con la rotación de la cartera de clientes de las empresas comerciales en el distrito de Paramonga

INTERPRETACIÓN

Como logramos evidenciar de las incógnitas expresadas en los cuestionarios y mencionados en la gráfica que precede, señalamos como un 26.83% consideraron estar muy de acuerdo que, se cumple con la rotación de la cartera de clientes de las empresas comerciales en el distrito de Paramonga; 18.29% respondieron estar de acuerdo; el 23.17% expresaron estar poco de acuerdo; contradictoriamente el 21.95% reflexionaron estar en desacuerdo que se cumpla con la rotación de la cartera de clientes de las empresas comerciales en el distrito de Paramonga; finalmente el 9.76% señalaron estar muy en desacuerdo.

4.1.10. LA RENTABILIDAD

Tabla 10

La rentabilidad en las empresas se mejorar con la práctica de planes estratégicos para las empresas comerciales

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcent aje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	41	50.00	50.00	50.00
b. De acuerdo	14	17.07	17.07	67.07
c. Poco de acuerdo	11	13.41	13.41	80.48
d. En desacuerdo	09	10.97	10.98	91.46
a. Muy en desacuerdo	7	8.53	8.54	100.00

TOTAL	82	99.98	100.00
--------------	-----------	--------------	---------------

Nota: Elaboración propia

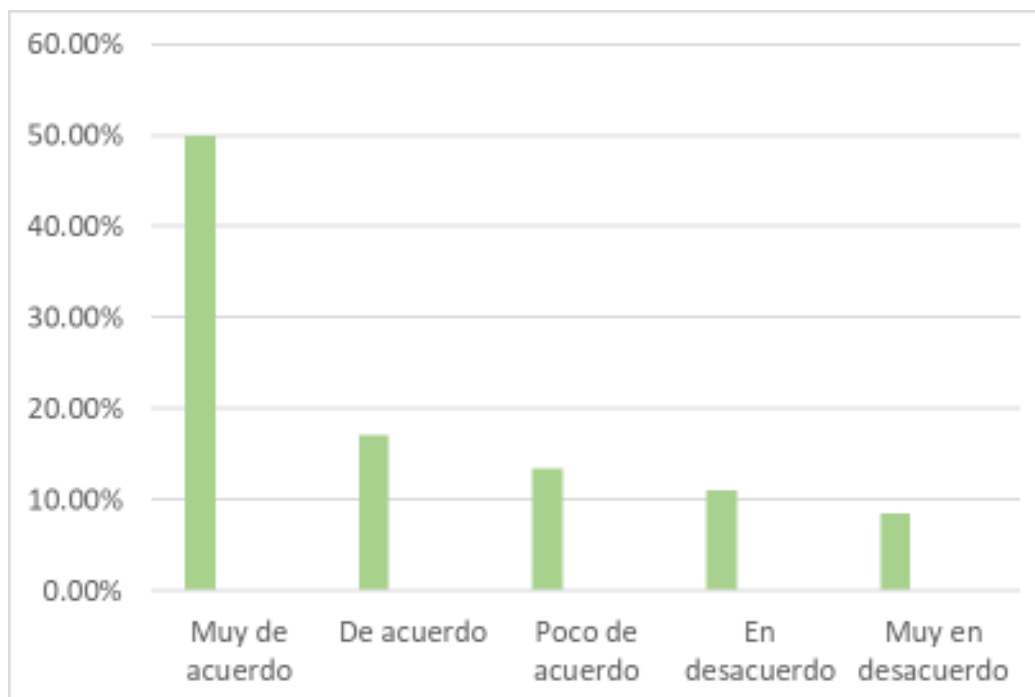


Figura 10. La rentabilidad en las empresas se mejorar con la práctica de planes estratégicos para las empresas comerciales.

INTERPRETACIÓN

Como conseguimos confirmar las respuestas a incógnitas desarrolladas que se expresan en la gráfica que antecede, en tal sentido indicamos que un 50.00%, consideraron estar muy de acuerdo que la rentabilidad en las empresas se mejorar con la práctica de planes estratégicos para las empresas comerciales, un 17.07% respondieron estar de acuerdo; 13.41% señalaron estar poco de acuerdo; pero contrariamente el 10.98% opinaron estar en desacuerdo que la rentabilidad en las empresas se mejora con la práctica de planes estratégicos para las empresas comerciales, finalmente el 8.54% opinaron estar muy en desacuerdo.

4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS A:

H₀: La determinación de objetivos empresariales, no inciden de manera favorable en el nivel de rotación de inventarios en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

H₁: La determinación de objetivos empresariales, inciden de manera favorable en el nivel de rotación de inventarios en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

Tabla 11

Determinación de objetivos empresariales, inciden de manera favorable en el nivel de rotación de inventarios en empresas comerciales

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	TOTAL
a. Muy de acuerdo	2	8	7	3	2	22
b. De acuerdo	8	2	5	4	2	21
c. Poco de acuerdo	7	5	3	3	1	19
d. En desacuerdo	3	4	3	2	1	13
e. Muy en desacuerdo	2	2	1	1	1	7
TOTAL	22	21	19	13	7	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadísticamente para ensayo:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

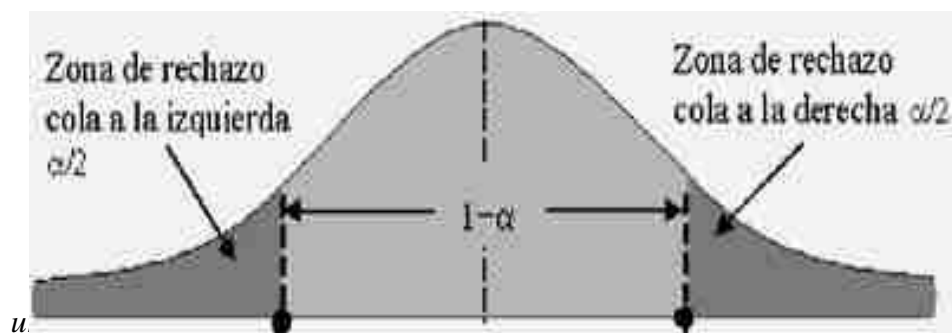
2.- Nivel de categoría como falta por ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Automatización en manera estadísticamente para prueba: El desplegar su método obtenemos:

$$p(f) = \frac{(34)!(25)!(39)!(20)!}{79! 15! 24! 19! 1!}$$

$$p(f) = 1.22E-106$$

4.- Destreza computacional: Entregado un $1.22E-106 < 0.05$, no acepta H_0 .



favorable en nivel de rotación de inventarios en empresas comerciales

5.- Conclusión: A modo $1.22E-106 < 0.025$ no acepta H_0 . Por tal motivo 0.025

se concluye, la determinación de objetivos empresariales, inciden de manera favorable en el nivel de rotación de inventarios en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

HIPÓTESIS B:

H_0 : El flujo de las mercaderías, no incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales del distrito de Paramonga

H_1 : El flujo de las mercaderías incide en el periodo de cobranzas en las

empresas comerciales del distrito de Paramonga

Tabla 12

El flujo de las mercaderías incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales.

		Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	TOTAL
a.	Muy de acuerdo	5	7	4	5	2	23
b.	De acuerdo	7	2	3	5	1	18
c.	Poco de acuerdo	4	3	4	4	1	16
d.	En desacuerdo	5	5	4	4	1	19
e.	Muy en desacuerdo	2	1	1	1	1	6
	TOTAL	23	18	16	19	6	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadísticamente para ensayo:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de significancia como falta por ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Automatización en forma estadística para ensayo: El

desplegando técnica obtenemos:

$$p(f) = \frac{(37)!(28)!(37)!(28)!}{79! 11! 26! 26! 2!}$$

$$= 0.91E-92$$

4.- Habilidad computacional: Entregado un $0.91E-106 < 0.05$, no acepta H_0 .

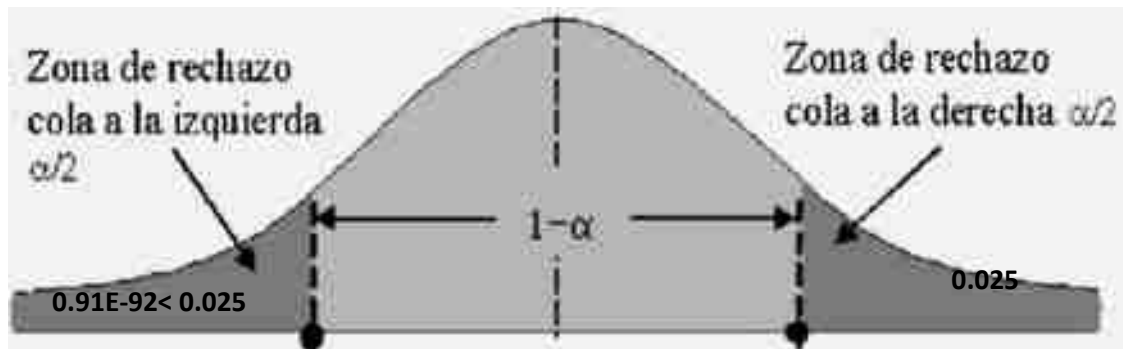


Figura 12. El flujo de mercaderías incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales

5.- Conclusión: Como $0.91 < 0.05$, no acepta H_0 . En consecuencia, se concluye, el flujo de las mercaderías incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales del distrito de Paramonga.

HIPÓTESIS C:

H₀: El nivel de evaluación de ventas, no incide de manera favorable en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

H₁: El nivel de evaluación de ventas incide, de manera favorable en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

Tabla 13

Nivel de evaluación de ventas incide, de manera favorable en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	TOTAL
a. Muy de acuerdo	8	7	5	3	1	24
b. De acuerdo	7	3	4	4	1	19
c. Poco de acuerdo	5	4	4	3	1	17
d. En desacuerdo	3	4	3	4	1	15
e. Muy en desacuerdo	1	1	1	1	3	7
TOTAL	24	19	17	15	7	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadísticamente para ensayo:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de significancia en falla por ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Automatización de manera estadística para prueba: El

desplegar su método obtenemos:

$$p(f) = \frac{(31)!(24)!(30)!(25)!}{79!7!23!24!1!}$$

$$= 1.82E-92$$

4.- Habilidad computacional: Entregado un $1.82E-106 < 0.05$, no

acepta H_0 .

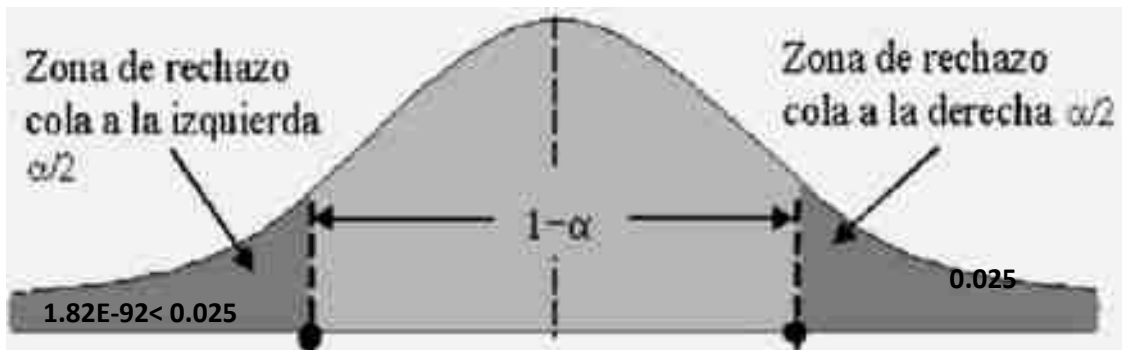


Figura 13. Nivel de evaluación de ventas incide, de manera favorable en rotación de cartera de clientes en empresas comerciales

5.- Conclusión: Como $1.82 < 0.05$, se rechaza H_0 . En tal sentido se concluye, el nivel de evaluación de ventas incide, de manera favorable en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

HIPÓTESIS D:

H_0 : El nivel de rentabilidad del negocio incide no, en la rotación del inventario de las existencias de las empresas comerciales del distrito de Paramonga

H_1 : El nivel de rentabilidad del negocio incide, en la rotación del inventario de las existencias de las empresas comerciales del distrito de Paramonga

Tabla 14

Nivel de rentabilidad del negocio incide, en la rotación del inventario de existencias de empresas comerciales

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	TOTAL
a. Muy de acuerdo	5	6	3	4	1	19
b. De acuerdo	8	2	3	4	1	18
c. Poco de acuerdo	3	3	4	6	1	17
d. En desacuerdo	4	4	6	4	1	19
e. Muy en desacuerdo	1	3	1	1	2	9
TOTAL	19	18	17	19	9	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadísticamente para ensayo:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Grado en importancia como falta por ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Cómputo en forma estadísticamente para ensayo: El

desplegar su método obtenemos:

$$p(f) = \frac{(35)!(30)!(34)!(31)!}{79!5!29!30!1!}$$

$$= 1.23E-108$$

4.- **Disposición computacional:** Entregado un $1.23E-106 < 0.05$, no acepta **H₀**.

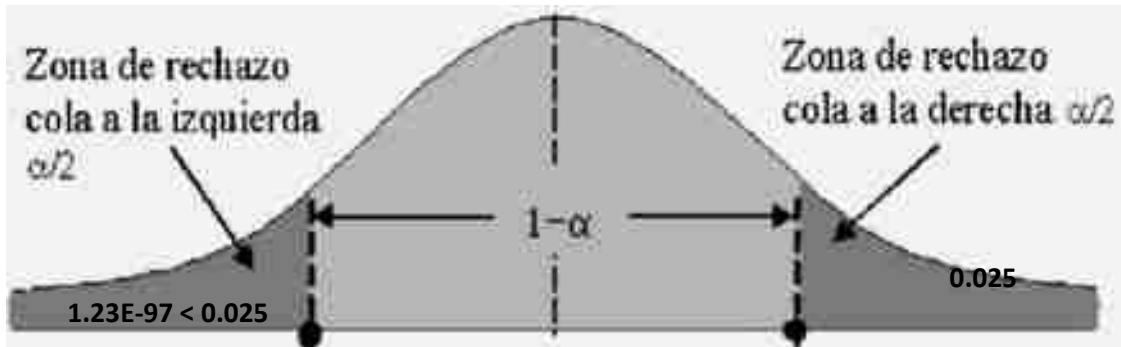


Figura 14. Nivel de rentabilidad del negocio incide, en rotación del inventario de existencias de empresas comerciales

5.- **Conclusión:** Como $1.23 < 0.05$. Rechaza **H₀**. Por tal motivo se concluye, el nivel de rentabilidad del negocio incide, en la rotación del inventario de las existencias de las empresas comerciales del distrito de Paramonga

HIPÓTESIS GENERAL:

H₀: El plan estratégico, no incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales en el distrito de Paramonga

H₁: El plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales en el distrito de Paramonga

Tabla 15

Plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales

		Muy de acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	TOTAL
a.	Muy de acuerdo	41	4	3	2	1	51
b.	De acuerdo	4	1	3	1	1	10
c.	Poco de acuerdo	3	3	1	1	1	9
d.	En desacuerdo	2	1	1	2	1	7
e.	Muy en desacuerdo	1	1	1	1	1	5
	TOTAL	51	10	9	7	5	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadísticamente para ensayo:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Grado en importancia como falta por ideal I: $\alpha = 0.05$.

3.- Cómputo en forma estadísticamente para ensayo: El

desplegar su método obtenemos:

$$p(f) = \frac{(54)!(12)!(54)!(12)!}{79!43!11!11!1!1!}$$

$$= 1.02E-106$$

4.- Disposición computacional: Entregado un $1.02E-106 < 0.05$, no acepta H_0 .

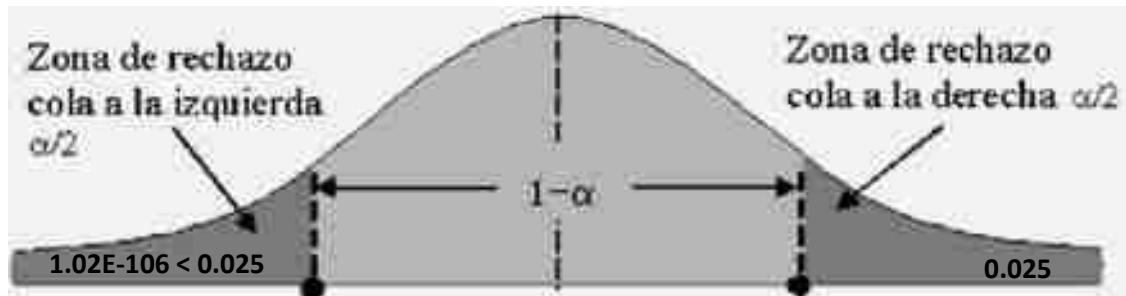


Figura 15. Plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales

5.- Conclusión: Como $1.02 < 0.05$, se rechaza H_0 . En tal sentido, se concluye el plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales en el distrito de Paramonga

CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el análisis como de la revisión realizada en diferentes artículos de escritores, como de revistas especializadas sobre la importancia de plan estratégico, tanto autores nacionales como internacionales señalan que es una herramienta de suma importancia para la conducción y planificación de las empresas, que cuenten con una visión de cumplimiento con un plan que le permita orientar su consolidación crecimiento y desarrollo en el aspecto organizacional y de expansión, por ello consideran que deberá de ser orientado a la perspectiva que tienen los empresarios en cuanto a la mejora continua en su fortalecimiento, mencionan que todo plan estratégico deberá de tener orientación al futuro debidamente planificado que consolide sus expectativas en el tiempo, por ello coinciden que es una herramienta de suma importancia para la gestión financiera por cuanto permite ordenar en niveles de prioridades su fortalecimiento y cumplimiento con los objetivos previstos en cada periodo determinado, por ello coinciden que las empresas comerciales por mas pequeñas que sean deben de tener un plan de crecimiento, como tener claro hacia donde están orientadas, en tal sentido coincidimos que el plan estratégico es importante para la gestión financiera en el fortalecimiento de las empresas.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

Primera conclusión

La revisión a la documentación y puesta a prueba se determinó que los objetivos empresariales, inciden de manera favorable en el nivel de rotación de inventarios en empresas comerciales del distrito de Paramonga

Segunda conclusión

Del análisis a la documentación y puestas a prueba se determina que el flujo de las mercaderías incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales del distrito de Paramonga

Tercera conclusión

De la Contrastación de hipótesis realizada se puede determinar que el nivel de evaluación de ventas incide, de manera favorable en la rotación de cartera de clientes en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

Cuarta conclusión

En conclusión, de la documentación y prueba realizada se determinó que el nivel de rentabilidad del negocio incide, en la rotación del inventario de las existencias de las empresas comerciales del distrito de Paramonga.

Quinta conclusión

Finalmente, como producto del análisis de documentación de concluye que el plan estratégico incide de manera positiva en la gestión financiera en empresas comerciales en el distrito de Paramonga.

6.2. RECOMENDACIONES

Primera recomendación

Que empresarios, administradores y profesionales deberán de definir sus objetivos empresariales, considerando que inciden de manera favorable en el comportamiento de rotación de inventarios en empresas comerciales.

Segunda recomendación

Que empresarios como profesionales deberán de planificar ordenadamente el flujo de las mercaderías ya que incide en el periodo de cobranzas en las empresas comerciales del distrito de Paramonga

Tercera recomendación

Que el gerente o administradores deberán de contar con la evaluación de ventas, por cuanto su comportamiento incide, de manera favorable en la rotación de la cartera de clientes en empresas comerciales del distrito de Paramonga.

Cuarta recomendación

Que el gerente o administradores como profesionales deberán de supervisar el nivel de rentabilidad del negocio, ya que incide en la rotación de los inventarios de existencias en las empresas comerciales del distrito de Paramonga.

Quinta recomendación

Finalmente, empresarios, administradores como profesionales deberán de contar con plan estratégico aprobado, ya que incide de manera positiva en la gestión financiera en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga.

REFERENCIAS

FUENTES DE INFORMACIÓN

7.1. Fuentes Documentales

1. Asanza Guapacasa, Wendy Elizabeth y Yáñez Delgado, Jorge Alberto (2016) en su tesis: Plan de ventas para optimizar la comercialización en empresa EQUISERVISA S.A. en Guayaquil.
2. Bautista Puente, Carmen Rosa (2016) en su estudio: Planeamiento Financiero su incidencia en la rentabilidad de tiendas OESCHLE en la ciudad de Huancayo.
3. 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.
4. 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.
5. Martínez Riofrio, Jordy Garay y Silvia Samamé, Kerly Eliseth (2016) en su estudio: Plan estratégico para mejorar la gestión de empresa Celestial Touch Chiclayo.
6. Salazar Mendoza, Gleyde Rosa (2017) en su estudio: Gestión Financiera para incrementar liquidez en ONG Socios en Salud Sucursal Perú, en la Universidad Nobert Winer.

7.2. Fuentes Bibliográficas

1. Armijo, M. (2011). Planificación estratégica e indicadores de desempeño. Santiago de Chile: CEPAL.
2. Aching, C. & Aching, J. (2006). Ratios financieras y Matemáticas de la Mercadotecnia.
3. Benavides, L. (2011). Gestión, liderazgo y valores en la administración. Guayaquil: Centro Universitario de Guayaquil.
4. Chiavenato, I. (2007). Introducción a la teoría general de la administración. México: McGraw-Hill.}
5. David, F. (2010). Administración estratégica. México: Pearson.
6. De Vicuña, S. (7 de enero de 2013). ¿Qué es un plan estratégico? Obtenido de Gestión empresarial: <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-planestrategico/>.
7. Goodstein, L. D., Nolan, T. M., & Pfeiffer, J. W. (2004). Planeación estratégica aplicada. Cómo desarrollar un plan que realmente funcione. México: Mc Graw Hill.
8. Granados, I., Latorre, L., & Ramírez, E. (2008). Contabilidad general. Fundamentos, principios e introducción a la contabilidad. Enfoque práctico. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
9. Guerra, D. J. (2015). Competencias. Buenos Aires: IHMC.
10. Martí, A. (2013). Cálculo del Riesgo de Adversidades Climáticas para los Cultivos: Los Cereales de Verano en Montenegro. Zaragoza: Universidad Zaragoza.

11. Marengo, K. (25 de mayo de 2018). ¿Qué es direccionamiento estratégico y para qué sirve? Obtenido de SCRIBD.
12. Mendoza, L. (2014). Diseño del plan estratégico 2013-2017 de la empresa Patricia Ramírez. Cartagena de Indias - Colombia: Universidad de Cartagena,
13. Morales, A. & Morales, J. (2014). Planeación financiera. México: Grupo Editorial Patria.
14. Ordaz, V., & Saldaña, G. (2006). Análisis y crítica de la metodología para la realización de planes regionales en el estado de Guanajuato. México: eumed.
15. Pérez-Carballo, J. (2015). La gestión financiera de la empresa. Madrid: ESIC.
16. Reyes Ponce, A. (1992). Administración moderna. Editorial Limusa,
17. Tanaka, G. (2001). Análisis de Estados Financieros para la toma de decisiones. Perú: Fondo Editorial PUCP.

7.3 Fuentes Electrónicas

1. www.ifac.gob.pe
2. www.perucontadores.com/nia/naga.pdf
<https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
4. <https://es.scribd.com/doc/72067860/Que-es-direccionamientoestrategico-y-para-que-sirve>
5. <http://rebupedia.com/apuntes/view/1441223186650349/Objetivos>

ANEXO 1

INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS

ENCUESTA:

La presente técnica que se presenta es el Cuestionario correspondiente al trabajo de investigación denominado: *EL PLAN ESTRATEGICO Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION FINANCIERA EN EMPRESAS COMERCIALES DEL DISTRITO DE PARAMONGA* Con relación a dicho trabajo se pide que tenga a bien marcar con un aspa (X) la alternativa que según su criterio conteste la pregunta que se formula. Se agradece de antemano por su colaboración.

1. ¿Considera Usted que se cumple con los objetivos empresariales en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga?
 - a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()
 - c. Poco de acuerdo ()
 - d. En desacuerdo ()
 - e. Muy en desacuerdo ()

2. ¿En su opinión se realiza adecuadamente el flujo de mercaderías en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga?
 - a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()

- c. Poco de acuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

3. ¿Considera Usted que se cumple con la evaluación de ventas realizadas por las empresas comerciales en el distrito de Paramonga?

- a. Muy de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Poco de acuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

4. ¿En su opinión considera Usted que se cumple con la rentabilidad adecuada en las empresas comerciales situadas en el distrito de Paramonga?

- a. Muy de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Poco de acuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

5. ¿Considera Usted el plan estratégico influirá en la rentabilidad de las empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga?

- a. Muy de acuerdo ()

- b. De acuerdo ()
- c. Poco de acuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

6. ¿En su opinión considera que se cumple con la rotación de inventarios en las empresas comerciales en el distrito de Paramonga?

- a. Muy de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Poco de acuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

7. ¿Considera usted que se cumple con el periodo de cobranzas en las empresas comerciales ubicadas en el distrito de Paramonga?

- a.** Muy de acuerdo ()
- b.** De acuerdo ()
- c.** Poco de acuerdo ()
- d.** En desacuerdo ()
- e.** Muy en desacuerdo ()

8. ¿Considera usted que se cumple con la rotación de inventarios en las empresas comerciales instaladas en el distrito de Paramonga?

- a.** Muy de acuerdo ()
- b.** De acuerdo ()
- c.** Poco de acuerdo ()

- d.** En desacuerdo ()
- e.** Muy en desacuerdo ()

9. ¿En su opinión se cumple con la rotación de la cartera de clientes de las empresas comerciales en el distrito de Paramonga?

- a.** Muy de acuerdo ()
- b.** De acuerdo ()
- c.** Poco de acuerdo ()
- d.** En desacuerdo ()
- e.** Muy en desacuerdo ()

10. ¿En su opinión la rentabilidad en las empresas se mejorar con la práctica de planes estratégicos para las empresas comerciales?

- a.** Muy de acuerdo ()
- b.** De acuerdo ()
- c.** Poco de acuerdo ()
- d.** En desacuerdo ()
- e.** Muy en desacuerdo ()