

**UNIVERSIDAD NACIONAL**

**“JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS CONTABLES Y  
FINANCIERAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA Y FINANZAS**



**TESIS**

**“EL PLAN ESTRATEGICO COMO FACTOR CLAVE PARA  
MEJORAR LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS  
INDUSTRIALES EN LA PROVINCIA DE HUAURA”**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:**

**ECONOMISTA**

**PRESENTADO POR EL BACHILLER:**

**WILLIAN SHAHUANO VELA**

**ASESOR:**

**Wessel Martín Carrera Salvador**

**HUACHO - 2023**

# EL PLAN ESTRATEGICO COMO FACTOR CLAVE PARA MEJORAR LA GESTION ADMINISTRATIVA DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES EN LA PROVINCIA DE HUAURA

## INFORME DE ORIGINALIDAD

14%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

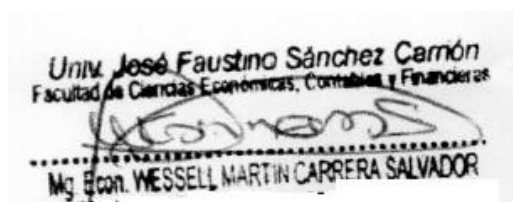
1	<a href="https://repositorio.usmp.edu.pe">repositorio.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
2	<a href="https://renati.sunedu.gob.pe">renati.sunedu.gob.pe</a> Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	1%
4	<a href="http://www.perucontable.com">www.perucontable.com</a> Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
6	<a href="https://dspace.uniandes.edu.ec">dspace.uniandes.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="https://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a>	

**PRESENTADO POR EL BACHILLER**

**Willian Shahuano Vela**

**ASESOR:**

**Wessel Martín Carrera Salvador**



Univ. José Faustino Sánchez Carrión  
Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Financieras  
Mg. Econ. WESSELL MARTÍN CARRERA SALVADOR

---

**Wessel Martín Carrera Salvador**

**ASESOR DE TESIS**

  
.....  
**Mg. Econ. ROSA ADRIANA INCA SOLLER**  
PRESIDENTE

  
.....  
**Mg. Econ. ELISEO OMAR MANDAMIENTO GRADOS**  
SECRETARIO

  
.....  
**Econ. ANGEL ANTONIO PANASPAICO MEDINA**  
ECONOMISTA  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

Agradezco a Dios por guiar mi camino,  
permitiéndome alcanzar mis metas, permitiéndome  
la realización de este estudio y brindar los aportes a  
la sociedad.

## **AGRADECIMIENTO**

A traves de este estudio, brindo mi agradecimiento a mi alma mater por acogernos y dejarnos muchas lecciones durante los últimos cinco años.

**Tesista: Willian Shahuano Vela**

## RESUMEN

Este estudio tiene como propósito efectuar un plan estratégico para poder dar mejora a la gestión de la empresa industrial provincial de Huaura.

Las preguntas investigadas incluyen: la forma en que el plan estratégico contribuirá al mejoramiento de la administración de entidades referidas en este estudio, la hipótesis se encuentra enmarcada en presentar la propuesta realizada en sus objetivos respecto a la administración en la Gestión del Emprendimiento en la Provincia de Huaura. Han sido consideradas como población 320 empresas dedicadas al rubro de abarrotes que constituyeron uno de los factores para su procesamiento, y la muestra se basó en un criterio de muestreo no probabilístico de 3 empresas. Los métodos utilizados son análisis deductivos, hipotéticos y sintéticos, y las técnicas utilizadas son encuestas para recopilar los resultados más importantes y discretos presentados en el plan estratégico. En resumen, el entorno empresarial industrial de la provincia de Huaura es muy variable, los gerentes de administración y contabilidad no tienen un plan de vida para la gestión de la empresa y pierden oportunidades de crecimiento debido a la falta de educación. Por lo tanto, es deseable darles una visión y desarrollar un plan estratégico (propuesta) para prever más en cuanto a sus actividades y mejorar su perfil para poder enfrentarse a la competencia del mercado.

**Palabras Claves:** Plan estratégico, gestión administrativa y gestión contable.

## ABSTRACT

The purposes of this paper are to propose a strategic plan to improve the management of the provincial industrial company of Huaura. The questions investigated include: the way in which the strategic plan will contribute to the improvement of the administration of industrial companies in three provinces of Huaura, the hypothesis is framed in presenting a strategic plan, it will help to improve the administration in Entrepreneurship Management in Huaura Province. The study population consisted of 320 companies in the grocery sector that constituted three units of analysis, and three samples were based on a non-probabilistic sampling criterion of 3 companies. The methods used are deductive, hypothetical and synthetic analysis, and their techniques used are surveys to collect the most important and discrete results presented in the strategic plan. In summary, the industrial business environment in the province of Huaura is highly variable, administrative accountants' work has a very plain and true management of the company and loses growth opportunities due to lack of education. Therefore, it is desirable to give them a vision and develop a strategic plan (proposal) to foresee more in terms of their activities and improve their profile and competitiveness'.

Keyword's: Strategic plan, administrative managements and accounting managements.



## INTRODUCCION

Durante décadas, los ejecutivos se han basado en gran medida en los anhelos respecto a sus planes, los cuales pueden predecir el crecimiento enmarcado en el futuro de la entidad mediante el monitoreo y estudio respecto a la conducta que tuvo anteriormente de ciertas variables. Este modelo está completamente desactualizado. En un mundo en el cual existen variaciones y cambios en el ámbito económico y político que ocurren vertiginosamente, en un ámbito que es cada vez más importante. El concepto de planificación ha cambiado con el tiempo, y hoy en día el proceso de respuesta a la planificación tiene más que ver con los cambios existentes en el ámbito empresarial así como también en los aspectos enmarcados en la burocracia.

Consecuentemente, aún existe la opinión de que planificación a largo plazo y también la "planificación estratégica" son sinónimos, que se evidencia tanto en nuestro ámbito, como también en la realidad de muchas entidades, englobadas en el universo, demostrando que la planificación en un plazo largo generalmente se efectúa como una extrapolación del pasado, creando reservas sencillas fundamentadas en predisposición. En el ámbito dinámico de hoy, tales prácticas representan un claro camino hacia la desintegración.

No es exagerado decir que, a los efectos del comentario de participación directa, debemos reconocer que las organizaciones están operando en un ambiente lleno de tumulto en el cual los cambios son constantes únicas. Por lo tanto, ciertos cambios no pueden ser evitados, tales como: el aumento de la competitividad y/o inclinaciones de la tecnología; este es el cambio provocado por nuestros esfuerzos creativos, como la construcción de estrategias tendientes a conocer a los usuarios. El proceso de planificación estratégica implica dos tipos de cambio, el cambio inevitable y el cambio de su creatividad.

En ese sentido, se evidencia que la planificación a largo plazo es una antigua definición de la predicción del futuro, y la planificación estratégica es una interpretación moderna de este concepto, y también es el vínculo entre el pensamiento intuitivo y analítico en general.

La planificación estratégica se basa en el análisis (según el método científico) y en la humilde percepción intuitiva. La planificación estratégica representa un equilibrio entre los procesos analíticos (basados en el razonamiento) y la intuición (basados en el juicio o la experiencia). Hacemos esto mediante el desarrollo de 'escenarios marco' que simulan entre varios supuestos o modificaciones en las variables que tienen más sensibilidad (internas o también externas) de mucha trascendencia para la entidad. Por lo tanto, la planificación estratégica incluye la identificación de asuntos relacionados a la gran demanda de artículos y/o prestaciones, los elementos que dañan las fortalezas, las ofertas, oportunidades y las debilidades, así como también poder analizar el panorama de la competencia y las variaciones de la tecnología, y los aspectos financieros inherentes a la toma de decisiones operativas. También conocido como impacto, amenaza.

Una buena cantidad de entidades vienen afrontado algunos retos respecto la manera de resolver las dificultades debido a la competitividad causada por la globalización de la economía. La esencialidad de las habilidades para dar respuesta al logro de sus propósitos así como a las interrogantes de la planificación estratégica.

De igual forma también se puede remarcar que la planificación estratégica está indisolublemente ligada a todas las etapas de la gestión, en ese sentido, los directivos deberán entender su realización correspondiente. Una entidad con un sistema de planificación estratégica informal se enfrenta al fracaso empresarial.

En ese sentido, se evidencia que ciertos directivos adoptan definiciones muy retorcidas y desechan las ideas que intentan aplicar. En consecuencia, se puede establecer que ante ello se encuentran sujetos a confusiones por esto es que no se puede apreciar ningún beneficio, y

algunos de ellos no aprecian las potencialidades de las etapas correspondientes sobre todo en su empresa. Algunas personas tienen algún conocimiento, pero no lo suficiente como para convencerlos de que deben usarlo.

El autor sostiene que la mayor eficiencia también logra el objetivo. Una línea o dos de cada plan estándar es muy importante para el proceso de gestión.

De manera similar, los estándares en la terminología financiera y de gestión definen pautas de toma de decisiones efectivas a largo plazo para las organizaciones de efectos visuales.

El tema de la planificación es una parte importante los conceptos en su gran mayoría las tácticas en el campo de la gestión. Así tenemos, Chandler, A. de la Harvard, University ha definido esa táctica como la identificación de sus propósitos y los objetivos elementales en un plazo largo de una entidad, tomando actividades requeridas para poder lógralos, asignando el proceso. De acuerdo a lo sostenido por Chandler el concepto de que la táctica implica una planificación de forma racional. Las organizaciones se describen cuando se seleccionan los objetivos, se identifica el curso de acción (o estrategia) más apropiado para lograrlos y se asignan los recursos de manera adecuada. En ese sentido, el investigador, Quinn, J. de College Dartmouth, define como un plan integral, integral y completo para los negocios. objetivos.

En ese sentido, ha sostenido que la planificación estratégica a evidenciado dos significados totalmente diferentes: crear un “mapa” respecto a las futuras decisiones de una institución y estructurar cursos de actividades personales enfocadas hacia el futuro. Así mismo, afronta incertidumbres sobre lo que sucederá posteriormente y presentándose en ese sentido adecuadamente para lograr sus objetivos subyacentes. Después de todo, las dimensiones individual y organizacional están entrelazadas porque la dirección que elegimos para nuestra organización afecta a la población en general.

Generalmente está referido a la interacción con las entidades internas así como su ámbito que lo rodea, y la capacidad de actuar proactivamente, estructurando estrategias para explotar las oportunidades exteriores como también las fortalezas internas.

## INDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCION	viii
INDICE	xii
INDICE DE TABLAS	xv
INDICE DE GRÁFICOS	xvi
CAPITULO I	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Formulación del problema	19
1.2.1. Problema General	19
1.2.2. Problemas Específicos	19
1.3. Objetivos de la investigación	19
1.3.1. Objetivo General	19
1.3.2. Objetivos Específicos	19
1.4. Justificación	20
CAPITULO II	21
MARCO TEÓRICO	21
2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.2. Bases teóricas	24
2.2.1. Importancia de planeación	24
2.2.2. Para qué sirve el plan estratégico	25

2.2.3. Ventajas de un plan estratégico	25
2.2.4. Modelos del Plan Estratégico	26
2.2.5. Cuadro Comparativo de la metodología a considerar	32
2.2.6. Evaluación Externa Análisis PESTE (C)	33
2.2.7. Interna y el ciclo Operativo	34
2.2.8. Herramientas utilizadas en la planeación estratégica	35
2.2.9. Matriz FODA	37
2.2.10. Estrategia	38
2.2.11. Gestión Contable.	46
2.2.12. Gestión contable de Empresas del Sector Abarrotes.	49
2.3. Definiciones conceptuales	52
2.4. Formulación de hipótesis	55
2.4.1. Hipótesis general	55
2.4.2. Hipótesis Específicos	55
CAPITULO III	56
METODOLOGIA	56
3.1. Diseño metodológico	56
3.1.1. Tipo	56
3.1.2. Enfoque	56
3.2. Población y Muestra	57
3.2.1. Población	57
3.2.2. Muestra	57
3.3. Operacionalización de variables e indicadores	58
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	58
3.4.1. Técnicas a Emplear	58

3.4.2. Descripción de los Instrumentos	59
3.5. Técnicas para el procesamiento de la información	60
CAPÍTULO IV	62
RESULTADOS	62
Discusión	76
Conclusiones	78
Recomendaciones	78
CAPITULO V	80
FUENTES DE INFORMACION	80
5.1. Fuentes Bibliográficas	80
ANEXO 1	83
MATRIZ DE CONSISTENCIA	83

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Cuadro comparativo de metodología a utilizar .....	32
<b>Tabla 2</b> Matriz FODA.....	38
Tabla 3 Operacionalización de variables e indicadores.....	58
<b>Tabla 4</b> Cómo califica usted a nuestra Empresa, en relación con la actividad que realiza frente a sus competidores. ....	62
<b>Tabla 5</b> Ha recibido usted capacitaciones por parte de la Empresa para el desempeño de sus funciones. ....	63
<b>Tabla 5</b> Qué reclamos considera comunes por parte de los clientes.....	64
<b>Tabla 7</b> ¿Cuál es la sugerencia más importante que se debe tomar en cuenta para mejorar la gestión administrativa y contable?.....	65
<b>Tabla 8</b> Cómo empleado de la empresa, usted desarrollas planes para desarrollar las actividades correctamente.....	66
<b>Tabla 9</b> Han tenido problemas en algunos procesos con la Sunat durante el tiempo de labor en la empresa .....	67
<b>Tabla 10</b> Cómo califica el desarrollo de un plan estratégico en la empresa.....	67
<b>Tabla 11</b> La calidad del servicio que recibe por parte de la empresa.....	70
<b>Tabla 12</b> Recomendaría a otras personas sobre el producto que brinda la empresa. ....	71
<b>Tabla 13</b> Crees usted que el servicio que brinda la empresa debería mejorar.....	72
<b>Tabla 14</b> Cómo conoció a la empresa.....	73
<b>Tabla 15</b> Por qué motivos usted elige los servicios de la empresa.....	74
<b>Tabla 16</b> La profesionalidad con la que trabajan los empleados de como la definiría. ....	75



## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Modelo del proceso del planeamiento estratégico .....	
<b>Gráfico 2</b> Dirección Estratégica .....	
<b>Gráfico 3</b> Control Estratégico.....	
<b>Gráfico 4</b> Modelo de Gerencia Estratégica (Fred David).....	
<b>Gráfico 5</b> Ciclo Operativo de la Organización .....	
<b>Gráfico 6</b> Trasladar la estrategia a términos operacionales.....	
<b>Gráfico 7</b> Califica usted a nuestra Empresa, en relación con la actividad que realiza frente a sus competidores. ....	62
<b>Gráfico 8</b> Ha recibido usted capacitaciones por parte de la Empresa para el desempeño de sus funciones. ....	63
<b>Gráfico 9</b> Que reclamos considera comunes por parte de los clientes. ....	64
<b>Gráfico 10</b> Cuál es la sugerencia más importante que se debe tomar en cuenta para mejorar la gestión administrativa y contable. ....	65
<b>Gráfico 11</b> Usted desarrolla planes para desarrollar las actividades correctamente .....	66
<b>Gráfico 12</b> Han tenido problemas en algunos procesos con la Sunat durante el tiempo de labor en la empresa.....	67
<b>Gráfico 13</b> Cómo califica el desarrollo de un plan estratégico en la empresa.....	68
<b>Gráfico 14</b> Tiempo que lleva adquiriendo los productos de la empresa .....	69
<b>Gráfico 15</b> La calidad del servicio que recibe por parte de la empresa.....	70
<b>Gráfico 16</b> Recomendaría a otras personas sobre el producto que brinda la empresa. ....	71
<b>Gráfico 17</b> El servicio que brinda la empresa debería mejorar. ....	72
<b>Gráfico 18</b> Cómo conoció a la empresa. ....	73
<b>Gráfico 19</b> Motivos usted elige los servicios de la empresa.....	74
<b>Gráfico 20</b> La profesionalidad con la que trabajan los empleados de como la definiría.....	75

# CAPITULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la realidad problemática

En el Perú, las empresas y instituciones, independientemente de su actividad o sector, que pueden ser particulares o estatales, sin ningún beneficio económico, necesitan planificar el futuro. Además del posible impacto en el negocio, también pueden existir riesgos para el medio ambiente. Según el ya sostenido por el investigador García, Grimaldi, Bravo y Gómez (2016), el tiempo donde se presentan las crisis afectan la rentabilidad de las entidades. Cuando existe crisis en su economía, pueden ahorrar recursos y obtener más ganancias que las empresas grandes, pequeñas y microempresas.

En la provincia de Huaura, no hay escapatoria a los profundos problemas que abruman a este tipo de empresas, toda vez que enfrentan muchos desafíos, ya que no planifican bien de acuerdo con los planes estratégicos. Investigación actual, debido a esta miríada de problemas: Las empresas en la industria de abarrotes de hoy tienen asesoría contable externa que hace que la información en el archivo llegue en el momento equivocado para la investigación, a pesar de tener que usar libros electrónicos (SUNAT). Los documentos llegan cada 15 días, pero en el momento equivocado, los documentos que deben llegar con 6 días de retraso, los documentos que deben llegar el 18, los documentos que llegan el 15 llegan el 23, los documentos que deben llegar el 30 o el 31 deben presentarse El día 3 del mes siguiente, normalmente el día 11 del mes siguiente, es decir, 8 días después. Solo había una persona en su nómina, y se suponía que el trabajo que estaba haciendo debía tener tres

personas, pero en cambio, había cinco personas trabajando en la empresa. La falta de personal de seguridad hace que el área sea vulnerable a la actividad criminal. El error sigue apareciendo cuando se ingresa el producto al sistema contable. Hay un retraso en la impresión de Cádiz y la E.E.F.F tiene un retraso 30 días.

Al respecto, si tratamos de comprender la “gestión contable y administrativa” como el hecho de direccionar a una agrupación de personas a conseguir las metas de la institución, entonces este planteamiento de gestión se debe a que define las características organizacionales en las que se deben poner en práctica las propuestas laborales.

Sin embargo, se debe hacer todo lo posible para señalar la inestabilidad y la futilidad del proceso de gestión

- a. **Planificación:** se encuentra enmarcada por una serie de factores como el diagnóstico, diseño, metas, objetivos, presupuestos, estrategias, programas, planes, proyectos.
- b. **Organización:** Determina algunas funciones tales como, cargos, estructura, procedimientos, métodos, sistemas.
- c. **Dirección:** Delegar funciones, toma de decisiones, descentraliza y desconcentra.
- d. **Coordinación:** está plasmado mediante algunos acuerdos en: equipos, comisiones y comité laboral.
- e. **Control:** Supervisar los hechos, verificación, retroalimentación, orientación

y evaluación.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema General**

¿De qué manera un plan Estratégico permite mejorar la Gestión Administrativa y Contable de las Empresas en la provincia de Huaura?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

1. ¿Cuál es la importancia de la gestión administrativa de las empresas en el en la Provincia de Huaura?
2. ¿Cuál es la importancia de la gestión contable de las empresas en la Provincia de Huaura?
3. ¿Cuál es la importancia de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Analizar la gestión administrativa de las empresas en la Provincia de Huaura.
2. Diagnosticar la gestión contable de las empresas en la Provincia de Huaura.

3. Elaborar la propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura.

### **1.5 Justificación**

La planificación estratégica es esencial para la supervivencia de una organización dados los efectos de la dinámica y la globalización respecto a las variaciones que se está volviendo obsoleta de manera muy rápida debido a los avances de la tecnología y brindando planteamientos innovadores y formas de llegar a los clientes en prácticamente todos los dominios del conocimiento.

Este estudio es importante porque puede distinguir las eficiencias respecto a las operaciones que muchas entidades efectúan a través de la aplicación de tácticas de gestión y gestión contable, que son fundamentales para aumentar temporalmente las rentas de una entidad y crear una competencia ventajosa.

De igual forma, se requiere que la gestión administrativa y contable de las empresas deban mejorar, enfatizando en la simplificación de los servicios empresariales en este ramo y brindando servicios más eficientes, efectivos y oportunos en respuesta a las necesidades de modernización actuales.

## CAPITULO II

**MARCO TEÓRICO****2.1 Antecedentes de la investigación**

En nuestras consultas efectuadas con la entidad sobre el tema de nuestra investigación, encontramos temas generales, pero no estudios específicos. Abordamos situaciones problemáticas que creíamos propias de una investigación inédita.

En cuanto a otras investigaciones que recurrimos a otras universidades y a nivel nacional, encontramos que:

**Hernando (2015) en la tesis:** *“Desarrollo de Planes Estratégicos para el Mejoramiento de la Gestión Administrativa”* Objetivo poder establecer los vínculos entre las variables sometidas a procesamiento, En este estudio Utilizamos el estudio interpretativo porque podemos encontrar problemas para implementar nuestro plan estratégico, y esta investigación se define como una investigación descriptiva para emplear los mecanismos más adecuados a fin de poder lograr los propósitos institucionales. proceso que muestra la realización del trabajo, se concluyó que los planes estratégicos podían estar alineados con los propósitos establecida por la institucion, pero también se dieron cuenta que estaban en un nivel inferior, este programa ayuda mucho porque identifica el nivel correspondiente.

**Valera (2013)** ha desarrollado un estudio al cual ha denominado: “Un movimiento aplicando las adecuadas estrategias para aumentar la rentabilidad en la gestión de la empresa GoodWáter establecida en el estado de Laterancar. con la

finalidad de lograr el título profesional y poder determinar cómo los temas de gestión inciden en la rentabilidad de la pequeña empresa Good Water ubicada en el estado La Troncal; mejorando los resultados financieros a través del análisis de gestión. El tipo de investigación de los estudios que se mencionan a continuación es descriptivo ya que se describe detalladamente la naturaleza del problema y también establece que habrá correlación ya que se debe determinar la causalidad de cada variable. Se da paso a la investigación cualitativa al comprender la relación que existe entre cada variable. Concluyó: GoodWater presentó desafíos administrativos que fueron un factor importante en la rentabilidad insatisfactoria de los resultados operativos.

**Rosales (2013)** ha estructurado un estudio al cual tituló: “*Planes Estratégicos de Mejoramiento Administrativo Universidad Nacional de Santa Elena, Ecuador Peninsular*”, para obtener el título de Ingeniero, su objetivo consiste en desarrollar algunas tácticas que puedan servir de apoyo para que la gestión de la entidad pueda mejorar, los autores manifestaron que este estudio se consideró formulado en el contexto de la investigación cualitativa, en términos cualitativos hace que el trabajo anterior sea flexible y resiliente, ya que se adapta a los resultados de las investigaciones de campo, los diseños cualitativos y cuantitativos son de este tipo de la investigación es esencial para El uso correcto de la investigación y los métodos es muy importante. El plan estratégico se encuentra tendiente a lograr el mejoramiento de la economía de la comuna y del país, y A.M.A.D.O.M.

**Cutiupalar (2012)** ha efectuado un estudio, al cual ha denominado: *Planes Estratégicos para Optimizar la Gestión de la Unidad de Educación* de la Universidad Estatal Bolivariana. Guaranda-Ecuador, con el objetivo de obtener una maestría. Este trabajo identifica las estrategias adoptadas en la optimización de la gestión de la entidad referida. Este estudio conforma una serie de análisis en materia de gestión y administración para que las autoridades y docentes de las unidades educativas puedan examinar paradigmas relacionados con la misión, visión, objetivos, metas, propósitos, funciones y estructuras para impulsar la transformación y los cambios. El crecimiento de una entidad de educación es una etapa colaborativa que involucra a los miembros en general

#### **A NIVEL NACIONAL:**

**Quinto, Arrieta y Cabrero (2015)**, ha desarrollado un estudio titulado “Plan Estratégico de Toyota América 2011-2013, donde eligió cursar su Maestría en Administración de Empresas, concluyó que era necesario identificar un plan estratégico de tendencia que ayudara a definir adecuadamente la estrategia de la empresa. además del propósito de potenciar la competitividad y asegurar el aumento de sus rentas debido al buen empleo de sus activos .

**Riveros y Loayza (2013)** Ha efectuado un estudio con el propósito de poder acceder al título de la especialización en contabilidad, estudiando la rentabilidad de los planes de negocios. conclusión de la siguiente manera. De acuerdo con una tesis de pregrado, el programa arroja un retorno sobre el patrimonio del 25%, un retorno



respecto a los activos del 20% así como también respecto a las ventas netas y netas del 19%. Facultad de Administración: “Mejoramiento de las fases administrativas en una institución pública, contribuyendo al desarrollo de la educación, al respecto se le ha otorgado el título de Licenciado en Administración Pública, UGEL N° 01 los más determinados en El Porvenir En el proceso administrativo común, existen algunas funciones asignadas a cada área de la sede, falta de autonomía, lo que se traduce en un flujo rápido de trámites administrativos. En ese sentido se pudieron evaluar las bases de los procedimientos respectivos, que reveló bases cargadas de burocracia, generando al respecto, ineficiencia y tiempo perdido, dificulta el desarrollo efectivo de las funciones institucionales y educativas y reduce la satisfacción de los docentes. Existen varias deficiencias en la etapa de gestión, que se requiere mejorar paulatinamente para satisfacer plenamente a los docentes

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Importancia de planeación**

La experiencia de Rodríguez demuestra que cuando lo ves en acción te das cuenta de la importancia de la planificación, y este tipo de empresas buscan la forma de salir adelante. ¿en qué manera? El desarrollo de un plan para ayudar a los empleados de una organización a responder a los mercados en los que operan debe desarrollarse primero para que puedan tener éxito antes de mejorar activamente las capacidades de la empresa (Rodríguez J 2005).

“Esto es fundamental para la empresa porque se realiza una investigación interna y externa integral para determinar su posición en un mercado

cambiante, le dice cómo enfrentar los riesgos futuros, hacia dónde ir y cómo ir” (Rodríguez J. 2005).

Porque es útil el plan estratégico

Entre los objetivos de la planificación estratégica tomados en consideración por Alvares M. (2006):

- a. desarrollar las etapas de la entidad con el fin de por efectuar el establecimiento de metas, estrategias y objetivos;
- b. Mirar las actividades del día a día de la institución y relacionarlas con la misión y visión de la institución.
- c. Se fijan metas en todos los departamentos correspondientes a la institución, siempre que se encuentren alineadas con la visión y misión.
- d. Preparar documentos de mejora para dar a la institución ventajas competitiva en el proceso de planificación estratégica.

El plan estratégico orienta a la institución en la consecución de los propósitos fijados por la empresa.

### **Ventajas de la Planificación Estratégica**

El primer beneficio es esta acción lo ayudará a determinar exactamente qué hacer y cómo hacerlo para evitar pérdidas de costos, que es en lo que su empresa necesita concentrarse más.

Mejorar la planificación estratégica.

- a) Una vez que una empresa ha elaborado la documentación pertinente empieza a cambiar permanentemente.

- b) Como una empresa en etapa inicial o una empresa establecida como una marca, para mantener la estabilidad de la empresa, enfrentará riesgos en tiempo, costo, recursos, etc., por lo que es necesario planificar bien todo. El plan sirve como material de consulta para el desarrollo administrativo de la institución.
- c) El plan estratégico ayudará a entender la empresa interna y externamente, a prepararse para los diversos riesgos que se presenten ya comunicar entre los distintos ámbitos para lograr el óptimo funcionamiento de sus actividades.

### Modelos del Plan Estratégico



Fuente: Magister Perci Guija E. (2001)

Figura 1 Modelo del proceso del Planeamiento Estratégico

El paso numero 1 es implementar la visión y la misión de la institución, entender hacia dónde nos dirigimos y quienes somos es la base más trascendente del crecimiento de cualquier empresa, el segundo paso es investigar y analizar la situación en la cual se

encuentra en el ámbito comercial. Conoces tus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades. El tercero analiza los aspectos actual de la institución y presenta metas para que la institución logre sus objetivos, y el último identifica y mide el plan de acción a alcanzar a través de la estrategia. Puede saber si se están cumpliendo los elementos existentes.

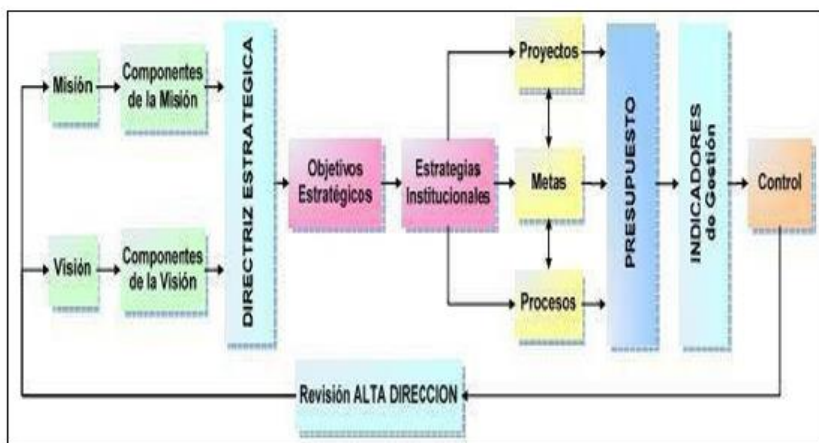


Figura 2 Directriz Estratégica

Los diagramas representan las etapas de más complejidad, sin embargo, tienen similar propósito. Se empieza al respecto analizando la visión y misión de la institución, mostrando los puntos que se pueden aplicar a las empresas existentes, a través de los cuales desarrollaremos las estrategias, procesos y objetivos ya especificados para el presupuesto a ejecutar y desarrollar. metas de acuerdo a los indicadores propuestos. Establezca controles objetivo que se aplicarán para determinar el cumplimiento a través de los comentarios de la alta dirección

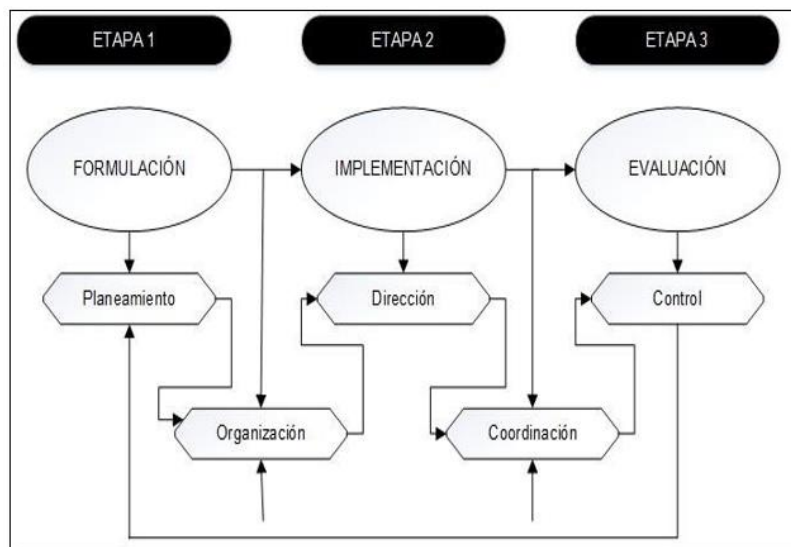


Figura 3 Etapas

Para iniciar un plan estratégico, debe seguir una serie de etapas que conducen a un plan que describe cómo se desarrollará el plan de su empresa, lo que se denomina plan estratégico.

La siguiente fase es la Fase de Ejecución, que tiene un enfoque de dirección y coordinación, y esta fase en el diagrama se llama Dirección Estratégica.

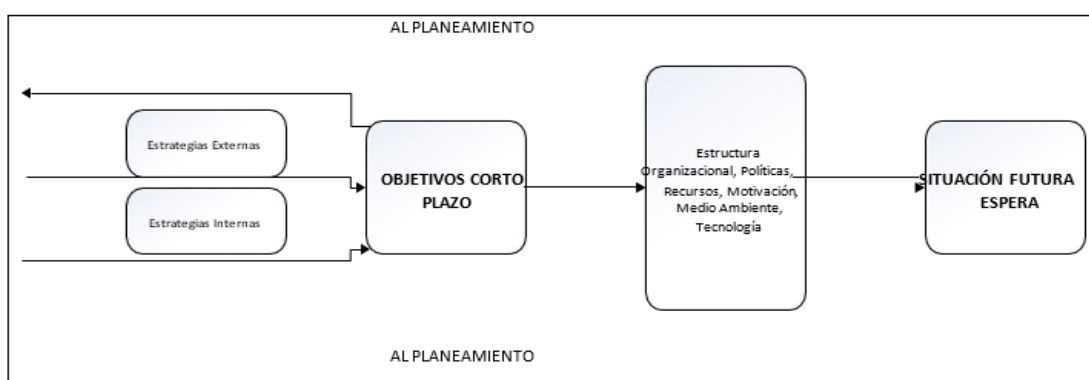
El tercer nivel se evidencia en el tablero, las métricas establecidas por la institución, el cual se le conoce como control estratégico.

Esta etapa se desarrolla en torno a una base que esta considerado muy importante en la planificación estratégica.

Según el plan estratégico, el enfoque de gestión muestra que las partes básicas de ello viene a ser la visión, la misión, el código de ética y los valores como también las auditorías externas e internas, que forman parte del plan estratégico. Este es el proceso de identificar el estado actual de la empresa, establecer metas y establecer estrategias.

Los aspectos actuales hacen posible identificar aquellos que nos gusta, lo que nos hace falta, lo que nos funciona y lo que no, y los aspectos competitivos que toda empresa debe considerar.

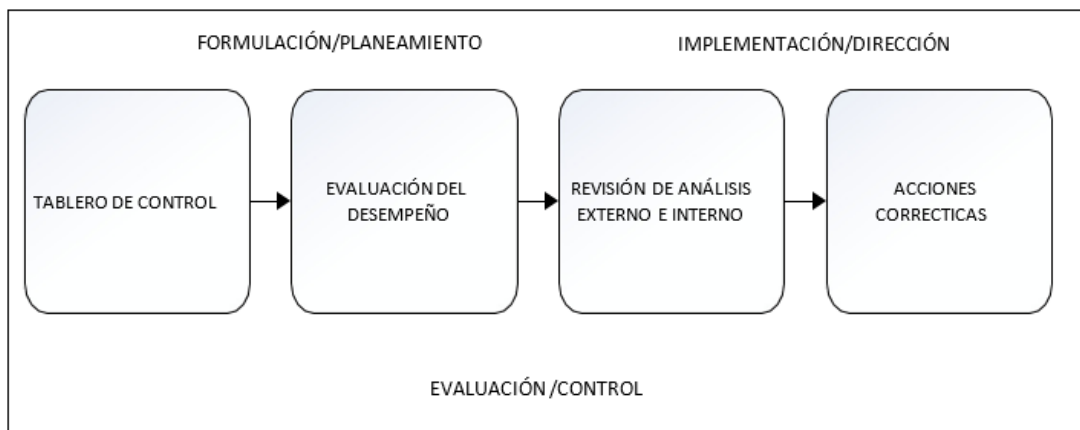
La planificación estratégica debe ser impulsada por gerentes que controlen continuamente las acciones de la institución para garantizar que se ejecuten adecuadamente.



**Fuentes:** El proceso estratégico un enfoque de gerencia (Fernando D. Alessio. 2014)

**Figura 4** Dirección Estratégica

En ese sentido, en esa etapa se evidencia muchos factores enfocados en efectuar las coordinaciones y organización de todo lo cual se encuentra inmersa la institución.



Fuentes: El proceso estratégico un enfoque de gerencia. (Fernanado D. Alessio. 2014)

### Figura 5 Control Estratégico

El paso final es el control estratégico, que implica construir un panel de control equilibrado para que se puedan determinar los propósitos establecidos, comprender cómo está estructurada la empresa y realizar auditorías para garantizar que la empresa se beneficie.





## Cuadro Comparativo de la metodología a considerar

**Tabla 1** Cuadro comparativo de metodología a utilizar

Metodología de Perci Guija	Metodología de planeación Estratégica	Metodología de Fernando D'Alessio	Metodología de FredDavid
Visión, Misión	Visión, Misión	Situación Actual	Misión, Objetivos Estratégicos
Análisis interno Externo	Directriz Estratégica	Visión, Misión, Valores, código de ética	Auditoría Interna, Externa
Objetivos Estratégicos	Objetivos Estratégicos	Auditoría Externa, Auditoría Interna	FODA
Estrategias	Estrategias institucionales	Intereses Organizacionales	Fija Objetivos
Plan de acción	Proyectos, meta, procesos	Principios Cardinales	Fijar estrategias
	Presupuesto	Objetivos Estratégicos	Metas
	Indicadores de gestión	Proceso Estratégico	Asignar Recursos
	Control	Estrategias internas, externas	Control
		Implementación Estratégica	
		Control	

Fuente: Elaboración Propia

En ese sentido la gran parte de los métodos conducen a las mismas etapas, así mismo existen algunos métodos que respaldan más la teoría para el análisis externo e interno, y el tipo de estrategia a emplear para el propósito de un cuadro de mando integral.

La metodología utilizada es la metodología utilizada en el libro de Fernando D'Alessio "Planificación Estratégica Racional" porque tiene un alcance de análisis más amplio para el análisis interno y la comprensión organizacional, las 5 fuerzas de Porter, el análisis de factores ambientales, el análisis basado en el potencial del país y el análisis epidemiológico. Ir a los propósitos de la entidad y las etapas de estrategia Comprender los tipos de estrategias externas e internas que persigue la institución, enfocándose hacia la implementación de la estrategia para crear acciones para cada

propósito a corto plazo, costear cada estrategia y, finalmente, un paso para medir nuestros objetivos y métricas. Se utiliza un cuadro de mando integral hacer y controlar.

### **Evaluación Externa Análisis PESTE (C)**

De acuerdo a lo descrito en el texto denominado Planificación estratégica racional, esta fase de la planificación estratégica analiza las partes externas de la empresa y la industria para revelar qué amenazas y oportunidades son más importantes para nosotros y qué las hace exitosas. El propósito de esta etapa es que la empresa obtenga una ventaja competitiva aprovechando las oportunidades y evitando las amenazas.

Se encuentra definido como las etapas para recopilar información de los elementos esenciales de la competencia, cuanto más conocimiento tenga una empresa respecto a sus competidores, más precisa y oportuna será la formulación de su estrategia. En esta etapa de la planificación estratégica, aquí están las "5 fuerzas de Porter".



**Fuente: Planeamiento Estratégico Razonado**

**Figura 7: La Evaluación externa**

### **El ciclo Operativo**

El mismo autor en su libro “Planificación Estratégica Racional” afirman que los análisis internos de AMOFHIT deben ser considerados para la evaluación interna de la empresa, cada uno de los cuales se detalla a continuación.

**Administrar (A):** El propósito de esta fase es aumentar la productividad respecto a la gestión, la dirección es responsable del proceso mediante el cual la empresa desarrolla estrategias y permite que estas estrategias se implementen en grupos de trabajo apropiados.

**Marketing y Ventas e Investigación de Mercado (M):** En esta fase de investigación, aprendemos en qué mercados opera la empresa y quiénes son sus clientes y consumidores.

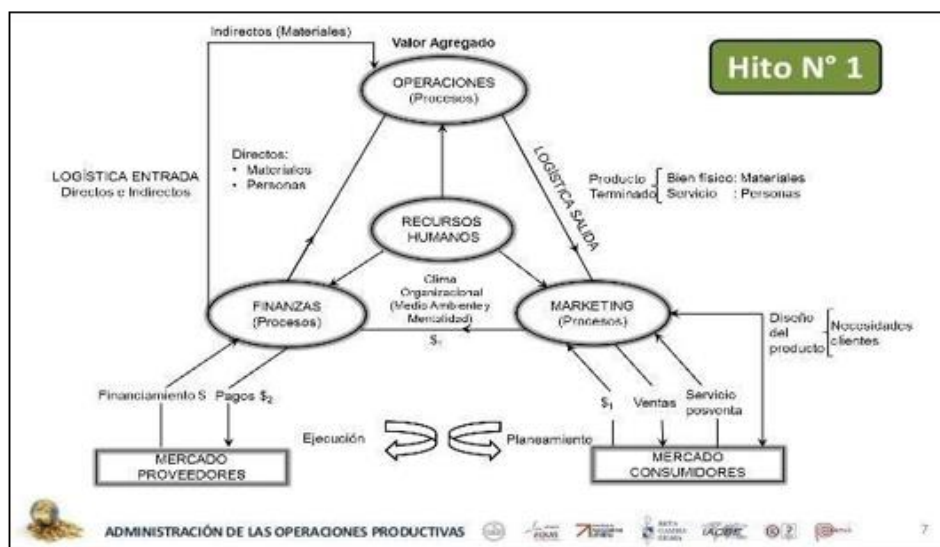
**Operaciones de Logística e Infraestructura (O):** En esta fase analizamos todo lo relacionado con la producción para asegurarnos de que el servicio o bien, el análisis de la gestión de operaciones, las metas y las métricas estén en línea con las expectativas de la empresa.

**Finanzas y Contabilidad (F):** Esta sección evalúa el nivel de liquidez de la empresa, la capacidad de realizar pagos a tiempo y la calidad de los servicios prestados.

**Recursos Humanos y Cultura (H):** Como parte de una evaluación del clima organizacional de una empresa, se considera uno de los factores más importantes porque ayuda a los empleados a alcanzar las metas establecidas.

**Sistemas de Información y Comunicación (I):** Esta etapa de análisis estudia los sistemas que tiene una empresa para tomar decisiones o mejorar sus servicios o productos con el fin de lograr los objetivos planteados.

Tecnología e I+D (T): buscando mejorar la calidad del servicio, automatizar procesos productivos con cuellos de botella y adquirir sistemas de gestión de gestión



Fuente: Planeamiento estratégico razonado

**Figura 8** Ciclo Operativo de la Organización

### Herramientas utilizadas en la planeación estratégica

#### Matriz de evaluación de los factores externos (EFE)

“La matriz ayuda a las empresas en diversas dimensiones económicas, sociales, culturales y de otro tipo, ayudándolas a documentar las oportunidades y amenazas más superpuestas” (Alan M. 2007).

Matriz (EFE) tiene cinco niveles.

1. La Fase 1 consta de aproximadamente 20 factores de oportunidad y amenaza, con las oportunidades primero y luego las amenazas en el diagrama.

2. El segundo paso es la asignación. El valor de la matriz se establece en 1.0 significativo y 0.0 no importante, generalmente se considera que la oportunidad es significativa y la amenaza es significativa.
3. El tercer paso es darle a la gráfica una escala del 1 al 4 mostrando cuáles son esos valores.
4. Multiplica los factores para obtener un resultado ponderado.
5. Agregar calificaciones para resultados generales

### **Matriz de evaluación de los factores internos (EFI)**

“Las matrices ayudan a las empresas a enumerar sus fortalezas y debilidades para el análisis interno y comprender qué se debe mejorar y qué se debe fortalecer” (Alan M.2007). El desarrollo de la matriz EFI se divide en cinco fases:

1. El primer paso consta de unos 20 pros y contras, los primeros pros y contras en el diagrama.
2. El segundo paso es la asignación. Asignar un valor de 1.0 en la matriz es importante, 0.0 no es importante. En general, solo lo necesita si sus fortalezas son importantes y sus debilidades graves.
3. El tercer paso es asignar una escala del 1 al 4 para mostrar los valores en el gráfico.
4. Multiplique el factor por Calificado para obtener un resultado ponderado.
5. Calificación para resultados generales.

### **Matriz de perfil competitivo (MPC)**

“La Matriz de Perfil Competitivo le dice quiénes son los competidores de su empresa y revela sus debilidades y amenazas en el posicionamiento estratégico de su empresa” (Alan M.2007).

El proceso de realizar MPC:

- a) El primer paso es enumerar los factores de éxito y los competidores.
- b) El segundo paso es la asignación. Los valores de la matriz se establecieron en 1,0 significativo y 0,0 no significativo.
- c) El tercer paso es clasificarlos en una escala de 1 a 4 y mostrar estos valores en un gráfico.
- d) Multiplicar los coeficientes para calificar y obtener un resultado ponderado.
- e) Agregar calificaciones para resultados generales.

### **Matriz FODA**

La matriz FODA es donde puedes descubrir tus debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas. Esta herramienta es muy útil para los gerentes de empresas, ya que ayuda a definir las 4 estrategias sobre las que se basa FODA. FO es una estrategia en la que una empresa utiliza su fuerza para identificar cada oportunidad, las empresas generalmente realizan estrategias DA, FA y FO donde se pueden aplicar estrategias FO.

Cuando una organización valora las debilidades, puede trabajar para superarlas y convertirlas en fortalezas, y cuando una empresa enfrenta amenazas, las evita para enfocar oportunidades. Los DO también son debilidades estratégicas diseñadas para reducir las amenazas internas. Aprovecha las oportunidades que se te brindan.

FA es una estrategia que utiliza las fortalezas de una empresa para evitar amenazas.

AD es generalmente una estrategia defensiva diseñada para reducir vulnerabilidades y amenazas.

Las empresas enfrentan fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para posicionarse en este mercado en constante cambio con el fin de alcanzar las metas trazadas por la organización.

**Tabla 2** Matriz FODA

<b>Dejar siempre en blanco</b>	<b>FUERZAS – F</b> 1. 2. Anotar las fuerzas 3. 4. 5.	<b>DEBILIDADES – D</b> 1. 2. Anotar las debilidades 3. 4. 5.
<b>OPORTUNIDADES – O</b> 1. 2. Anotar las oportunidades 3. 4. 5.	<b>ESTRATEGIAS – FO</b> 1. 2. Usar las fuerzas para aprovechar las oportunidades 3. 4. 5.	<b>ESTRATEGIAS - DO</b> 1. Superar las debilidades 2. aprovechando las oportunidades 3. 4. 5.
<b>AMENAZAS – A</b> 1. 2. Anotar las amenazas 3. 4. 5.	<b>ESTRATEGIAS – FA</b> 1. 2. Usar las fuerzas para evitar las amenazas 3. 4. 5.	<b>ESTRATEGIAS - DA</b> 1. Reducir las debilidades y evitar las amenazas 2. 3. 4. 5.

Fuente: Conceptos De Administración Estratégica

### **Estrategia**

En el mundo empresarial, según Cynertia Consulting (2012), la estrategia es simplemente la decisión de un funcionario sobre las metas, objetivos y acciones propuestas dentro de la empresa, pero luego de un análisis interno y externo de la empresa. Investigación exhaustiva sobre competidores, mercados, organizaciones y más

Como empresa queremos obtener una ventaja competitiva a la hora de desarrollar nuestra estrategia, por lo que Cynertia Consulting propone tres áreas.

- a) A que clientes nos estamos dirigiendo.
- b) El valor que se le proporcionara a cada cliente.
- c) Y establecer estrategias, ya sea para que le creen valor a los accionistas y a los

clientes.

Las decisiones deben tomarse en una reunión donde todos los ejecutivos de la empresa estén de acuerdo, lo que ayuda mucho en el desarrollo de la estrategia porque todos piensan diferente y varias decisiones tomadas durante la ejecución del plan estratégico serán descartadas.

Otro aspecto importante de la estrategia es estudiar las cinco fuerzas de Porter para ayudarlo a obtener una ventaja competitiva sobre sus competidores. Una estrategia cuyo único propósito es lograr una meta propuesta.



## **Ámbitos de la estrategia**

Según Cynertia Consulting (2012) el alcance se divide en tres tipos: táctico, operativo y estratégico.

**Una fase estratégica** son los elementos, procesos, funciones, objetivos, etc., centrales de una empresa. Para este tipo de elementos se adoptan estrategias a largo plazo, y la realización de estas estrategias depende de la situación actual de la empresa. Cómo mover las cosas.

**A nivel operativo**, se toman decisiones sobre las funciones comerciales y el objetivo principal es enfocarse en el lado financiero de la empresa.

**En el nivel táctico**, esta fase tiene como objetivo proporcionar a la empresa un entorno propicio para una estrategia o actividad específica y, a menudo, se utiliza para formular una estrategia dentro de la empresa.

## **Tipos de estrategias**

Según Cynertia Consulting (2012) existen tres tipos de estrategia:

- a) Estrategia en costos
- b) Estrategias de diferenciación
- c) Estrategias de enfoque

El primer tipo de estrategia consiste en soportar el costo del servicio o producto de una empresa, pero siempre sin comprometer la calidad de la entrega.

La segunda estrategia busca servicios diferenciados porque de estas estrategias depende la ventaja competitiva de la organización.

En la tercera estrategia, busca una combinación de la primera y la segunda estrategia de vender productos y servicios de calidad a bajo costo.

## **Fases de la estrategia**

Según Cynertia Consulting para el desarrollo de las estrategias tenemos que seguir una serie de pasos:

- a) Análisis de la Situación.
- b) Establecer los objetivos.
- c) Definir planes de acción.

Programar recursos y presupuesto.

- A. Como se mencionó anteriormente, primero se debe determinar la misión, visión y valores, en esta etapa se aplica un análisis DAFO y un análisis interno/externo con muchos procesos.
- B. A medida que continuamos estableciendo objetivos que nos ayuden a comprender las finanzas, las operaciones, los mercados, el entorno organizacional y los servicios prestados de nuestra empresa, estos objetivos deben presentarse de manera específica y precisa.
- C. El tercer paso en la definición de un plan de acción El único propósito de este paso es lograr estos objetivos dentro de un marco de tiempo determinado.
- D. Una vez establecidos todos los pasos de la estrategia, definir quiénes estarán involucrados en el proceso ya qué costo.

Finalmente, después de todo esto, habrá discusiones y aprobaciones a las que todos los gerentes deben asistir para ver los beneficios de desarrollar una estrategia de logro

### **Elementos de un Plan Estratégico**

Según (Harold Koon'tz et al.), los elementos que componen un plan estratégico son las metas, la visión, la misión, la investigación de los factores internos y externos, las políticas, los procedimientos, los procedimientos y la estrategia.

### **Gestión Administrativa y Contable**

“Analizar la administración de un proveedor de servicios es importante. A la hora de decidir emprender, la gestión empresarial es uno de los temas más importantes porque de ella depende el éxito o el fracaso del negocio” (Hernández, 2006).

“Los resultados del negocio se logran a través de buenas operaciones siempre y cuando los costos y recursos se utilicen adecuadamente y los recursos tecnológicos se utilicen para aumentar la productividad de la empresa” (Hernández, 2006).

Según Rizo Valera y Muñoz Encalada Mayra, la administración se define como el proceso mediante el cual un número preciso de personas y un conjunto estructurado de actividades utilizan de manera eficiente y eficaz los recursos disponibles de una organización para lograr una meta. Objetivos y metas fijados de acuerdo a las pautas de planeación, dirección, organización y control. (Rizo Valero et al., 2012).

La gestión empresarial es uno de los temas más importantes a considerar al iniciar cualquier tipo de negocio o empresa, ya que de ella depende el éxito o el fracaso de la organización. Cuando hablamos de dirección y administración, nos referimos a las ciencias sociales que estudian cómo se organizan y gestionan las empresas. Cómo se gestionan los recursos escasos, los procesos que realiza y los resultados finales de sus actividades. (Rizo Valero et al., 2012).

“Se entiende por gestión administrativa las acciones y decisiones que toma la empresa en el afán de planificar y alcanzar metas formalmente establecidas” (Osain, 2004).

### **Finalidad administrativa**

Según Edward Deming, sus objetivos son:

- a) La principal preocupación es aumentar la eficiencia de todos los procesos de desarrollo, es decir, mejorar los resultados obtenidos y el uso correcto de los recursos, cuando las empresas siguen este camino, pueden alcanzar fácilmente sus objetivos y lograr resultados óptimos.
- b) Reducir los costes para aumentar los beneficios. El objetivo de cualquier negocio es proporcionar un gran servicio a un precio asequible. La mejor manera de reducir los costos es reducir los costos y el tiempo mediante la eliminación gradual de procesos innecesarios en su organización.
- c) Mejorar la calidad para el crecimiento competitivo. Las empresas necesitan agregar valor a los servicios que brindan y necesitan saber cuáles son sus prioridades básicas para obtener mejores servicios.
- d) La reducción de tiempos es un reto para toda empresa y los proyectos que se emprenden deben realizarse en los plazos establecidos.

### **Gestión Administrativa Empresarial**

Según Edwards Deming, el término administración de empresas en la jerga gerencial significa:

Saber cómo una empresa administra su tiempo y su dinero, y saber cómo administrar sus recursos financieros, puede ayudar a las organizaciones a mejorar los pagos a corto y largo plazo.

Las empresas necesitan saber utilizar a sus empleados para que puedan ejecutar adecuadamente sus actividades en cada área que han establecido. Necesitas información veraz y precisa para tomar decisiones oportunas.

Una empresa que quiera ascender debe tener las habilidades gerenciales necesarias para brindar un servicio de calidad.

### **Importancia de la Gestión Administrativa**

“La gestión une fuerzas” (Terry, 2005) Cuando una empresa atraviesa una situación compleja que requiere muchos recursos, materiales y personal calificado para gestionarla, justifica las prioridades de la organización para alcanzar las metas organizacionales y las empresas objetivo. lo ocupa.

Esto es importante porque a través de él, el contenido propuesto se implementa de manera efectiva en la empresa.

### **Elementos de la Gestión Administrativa Empresarial**

(Terry, 2005) Esto sugiere los siguientes elementos de la gestión gerencial.

**Planificación:** Esto significa que los gerentes primero deben planificar el proyecto con sus propias metas y objetivos basados en una investigación lógica y hacerles saber lo que quieren.

**Organización:** Se trata de comenzar con un plan, asignar el trabajo adecuadamente a empleados bien capacitados y utilizar los recursos necesarios para una administración eficaz.

Ejecución: en esta etapa, es importante influir en los representantes y motivarlos para lograr una alta productividad al verlos realizar tareas básicas.

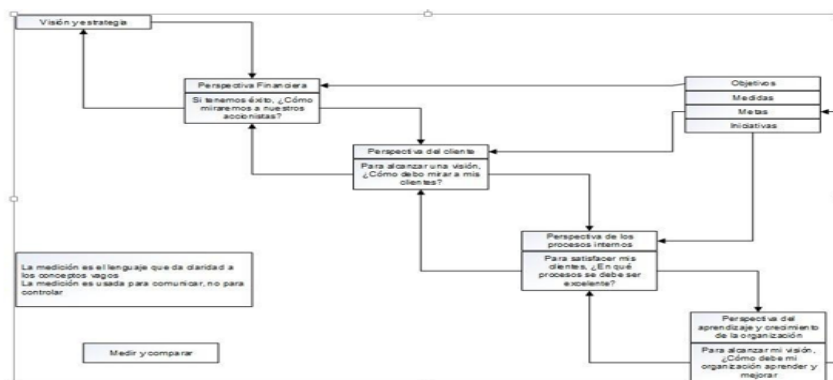
Control: En esta fase, el oficial debe asegurarse de que las actividades realizadas se lleven a cabo según lo planificado para que se logren los objetivos trazados.

### Tablero de control de equilibrio

“El Balance Dashboard es una herramienta muy importante para una empresa y es donde se configuran las métricas para ayudar a las empresas a controlar y comprender adecuadamente su desempeño en el mercado” (Norton y Kaplan 2001). El Cuadro de Mando Integral logra los siguientes resultados estratégicos:

1. Hacer felices a los miembros.
2. Se cumplen las expectativas del cliente.
3. Brindamos un servicio de calidad a un costo razonable.
4. Los empleados son proactivos en su trabajo.

Un panel de equilibrio se considera una herramienta de gestión de tecnología que ayuda a las empresas a medir y comparar y dirige a múltiples expertos a dónde y cómo ir.



Fuente: Planeamiento estratégico Razonado “Aspectos conceptuales aplicados”.  
**Figura 9** Traducir la estrategia a términos operacionales

Nos acercamos desde una perspectiva de aprendizaje y crecimiento organizacional para crear un tablero de control balanceado. La pregunta aquí es ¿cómo debería mejorar la empresa? Si el objetivo es dar vida a la visión, el segundo paso es hacer las siguientes preguntas desde la perspectiva del proceso interno: ¿En qué procesos prioritarios necesita sobresalir? El tercer paso para ahorrar tiempo y dinero es la perspectiva del cliente. La pregunta es, ¿qué deben investigar los clientes para hacer realidad su visión? Esta pregunta responde cómo necesita el servicio o producto, luego llega al final desde una perspectiva financiera, y esa pregunta es cómo ve a sus accionistas. Este paso asegura específicamente que los recursos financieros se utilicen adecuadamente, lo que permite a la empresa pagar sus facturas a corto y largo plazo.

### **Gestión Contable.**

La contabilidad surgió originalmente como "el registro histórico de todas las acciones humanas de importancia económica" (...) y, por lo tanto, "necesita proteger los intereses de uno en las transacciones de trueque para que no perjudiquen el valor que se les asigna"

Como han señalado los arqueólogos e historiadores Hans Nissen, Peter Damerow y Robert Englung, se puede determinar que la necesidad de llevar libros de contabilidad de objetos, especialmente en la antigua Mesopotamia, llevó a la invención de los números y la cuenta. (...) Documentos escritos conocidos, que consisten en miles de tablillas de arcilla con inscripciones en caracteres circulares, que datan de más de 5.000 años, que contienen solo números y cuentas, sin palabras

ni palabras. Este hecho llevó a los investigadores mencionados anteriormente a concluir que la escritura debió aparecer alrededor del 3300 ac.

Aquí es donde la humanidad ha intentado llevar un registro de la actividad económica de cada civilización que ha desarrollado a lo largo de la historia, y si bien algunas de ellas han logrado mayores avances en este sentido, cada una ha adaptado sus condiciones. El entorno, el desarrollo de la organización, su gestión y viabilidad, la necesidad de inventariar los bienes propios con las lecciones aprendidas. Por lo tanto, controlas efectivamente todos tus recursos.

Hablando de la evolución de la contabilidad a lo largo del tiempo, se debe tener en cuenta a quien se considera el "padre de la contabilidad moderna", Fra Luca Pacioli. Adquirió "un conocimiento de la aritmética comercial que consiste principalmente en números indo árabes en el sistema de contabilidad de gestión, y sabía sumar, restar, multiplicar y dividir. Más tarde, alrededor de 1494, publicó Summa de Arithmetría, Geometría, Proportioni et Proportionalita Current Accounting This libro explica el concepto de contabilidad por partida doble

Luego, con el advenimiento de la economía en el siglo XIX, Adam Smith y David Ricardo, como los fundadores de la ciencia, provocaron una transformación práctica y formal de los conceptos contables que ya estaban desarrollados en ese momento. Algunos de estos cambios fueron "un estudio de principios dirigido a abordar temas relacionados con el precio y las unidades de medida de valor; el surgimiento de conceptos como depreciación, amortización, provisiones y fondos. El surgimiento del concepto de valor razonable en el contenido de la información.



Racionalización de la educación contable Y una alta ética de trabajo, una base de clase honorable, servicio a la sociedad".

Además, los cambios que se produjeron durante este período (siglo XIX) incluyeron “el surgimiento de un diario integral único, la centralización, la mecanización de la contabilidad y la contabilidad electrónica. El surgimiento de nuevos conceptos como los costos de producción (una herramienta clave para la decisión empresarial-elaboración), y el surgimiento del americano en el sistema nacional.” de Contadores AICPA (1917). Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (GAAP).

De acuerdo con esto, la contabilidad es una actividad que se ha desarrollado junto con los humanos durante un largo período de tiempo, junto con los tomadores de decisiones en el mercado, a partir de herramientas para analizar y predecir mejor la actividad económica. Una entidad económica, comunidad, sociedad o nación. La especialización en esta actividad es de gran importancia para la mejor estructura y funcionamiento del país, así como para el desarrollo, avance y fortalecimiento del sector real de la economía nacional. Aspectos de la actividad humana La estabilidad y el crecimiento toman decisiones. De acuerdo con el Capítulo 2 del Artículo 3 del Decreto de Vigencia N° 2649 de 1993, en cuanto se señala que es importante el objeto y la calidad de la información contable, la función clara de la información contable, es decir, la transferencia de entidades y recursos a otras obligaciones sujetas, por esos recursos durante el período relevante Posibles cambios logrados y consecuencias” de manera similar “La información contable debe ser comprensible (cuando sea clara y comprensible) y útil (cuando sea relevante y confiable). )”. Para que todas estas cualidades se manifiesten en el desarrollo económico de la empresa,

toda la información registrada debe ser "neutral, verificable, retro-alimentable, predecible y siempre oportuna para la toma de decisiones basadas en la preparación".

La contabilidad hoy es considerada como "la ciencia que identifica, mide, clasifica, registra, interpreta, analiza, evalúa e informa sobre las operaciones de las entidades económicas de manera clara, completa y confiable". (Decreto N° 2649 de 1993), dado que se convirtió en la base para desarrollar el curso "Gestión Administrativa y Contable, Creación de una Empresa por parte de Comercial de Abarrotes", pudimos presentar esta información junto con nuestras presentaciones en el aula utilizando herramientas didácticas. Capacitar a los estudiantes para identificar los hechos económicos de la empresa y registrarlos correctamente para luego obtener información importante y confiable sobre la situación financiera de la empresa.

### **Gestión contable de Empresas del Sector Abarrotes.**

#### **Teoría de la empresa comercial**

Una empresa comercial es una empresa que compra bienes o mercancías para su posterior venta. Las empresas comerciales se dividen a su vez en mayoristas (que compran en grandes cantidades para la distribución normal entre los minoristas) y minoristas (que suelen vender en pequeñas cantidades a los consumidores finales de los productos), y el tercer tipo son los comisionistas (que son responsables de ellos). vender productos por una tarifa). Naviactivo (2004).

**Micro y Pequeñas Empresas:**

Una pequeña empresa, por su parte, es una unidad económica integrada por personas naturales o jurídicas y se administra bajo cualquier forma de organización o negocio establecida por la ley vigente. Villafuerte, María del Rosario (2009).

Micro y Pequeñas Empresas en el Perú: Existen numerosas definiciones de micro y pequeñas empresas (MYPES). Se hará referencia a los conceptos y definiciones contenidos en la Ley de Promoción y Normalización de la Micro y Pequeña Empresa (Ley N° 28015). La realidad tiene mejor aplicabilidad.

Según el art. Según el artículo 2 de la Ley N° 28015, una pequeña empresa es una unidad económica constituida por cualquier forma de organización comercial de personas naturales o jurídicas. Su objeto es realizar las actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando se menciona la abreviatura MYPE, se refiere a las micro y pequeñas empresas.

Características de la microempresa:

Número total de trabajadores:

Pequeña empresa: 1-10 trabajadores

Pequeña empresa: de 1 a 100 trabajadores.

ventas anuales.

Pequeña empresa: hasta 150 UIT (unidades tributarias).

Pequeña empresa: hasta 1700 unidades tributarias (UIT).

El incremento máximo de las ventas anuales de las pequeñas empresas viene determinado por la antigüedad máxima aprobada por el Ministro de Estrategia y Finanzas cada dos años, y debe ser igual o superior a la volatilidad acumulada del PIB nominal durante el período mencionado.

Las empresas públicas y privadas promoverán la armonización de indicadores a fin de conformar una base de datos homogénea que permita consistencia en el diseño y aplicación de políticas públicas de promoción y formulación del sector (Dessler).

La importancia de las Mypes: Las micro y pequeñas empresas en el Perú son parte muy importante de nuestro motor económico nacional, las MYPES dan empleo al 80% de nuestra población económicamente activa y aproximadamente al 40% de nuestro Producto Interno Bruto (PIB).

**Responsabilidades fiscales:**

El titular del Servicio Nacional de Aduanas e Ingresos (Sunat) dijo que el nuevo Sistema Único Simplificado (RUS) ayuda en la formalización de las micro y pequeñas empresas (mypes) ya que es sencillo y ayuda a cumplir con sus obligaciones tributarias.

Explicó que la Sunat viene trabajando para hacer más accesible el sistema tributario a los micro y pequeños empresarios para acompañar su formalización y crecimiento. “Quienes se registran en Nueva Rusia no emiten facturas, solo entregan comprobantes de venta, porque está diseñado para que estos contribuyentes vendan a los consumidores finales. Además, no tienen que llevar

libros de contabilidad, por lo que el cumplimiento tributario se reduce mucho el costo. ", agregó. Recordó que la formalización en el Perú no era solo un tema tributario, sino que también involucraba otros componentes como el licenciamiento municipal y aspectos laborales. Considera que el nuevo RUS es un sistema sencillo, aunque el ingreso anual sea inferior a S/. 60.000 microempresarios no pagan impuestos. Tiene seis categorías, con tarifas mensuales establecidas según el nivel de ingresos. Específicamente señaló que actualmente hay alrededor de 425.000 contribuyentes en la Nueva Rusia, de los cuales el 97% declara ingresos no superiores a S/. \$8,000 mensuales con pagos mensuales de S/. 20 y S/. 50 soles

### **2.3 Definiciones conceptuales**

#### **Código ético.**

El Código de Ética incluye valores establecidos, pero se diferencia en que busca la forma más adecuada para realizar eficazmente las actividades en el ámbito interno de la empresa. Los empleados pueden adoptar decisiones éticas establecidas, lo que significa la integración de toda la organización.

#### **Decisiones de financiación**

En su libro "Finanzas" (2013), JOSEPH WESTON argumenta que una decisión de financiamiento es un conjunto de acciones para asegurar que una empresa cuente con los recursos que necesita para adquirir capital de trabajo y bienes de capital para emprender sus actividades. Estas decisiones incluyen políticas, estrategias, tácticas y procedimientos generales que definen la financiación que necesita una empresa para lograr sus objetivos sociales. El propósito de una decisión de financiación es determinar la combinación óptima de fuentes de financiación, teniendo en cuenta la estructura de inversión de la

empresa, las condiciones del mercado financiero y las políticas de estas instituciones. Si el valor actual de una empresa se puede cambiar cambiando la combinación de financiamiento, entonces debe haber una estructura óptima que maximice ese valor. La estructura de inversión debe tenerse en cuenta ya que determina el riesgo institucional. Esto es fundamental para la disponibilidad y el costo real de las diferentes fuentes de financiación.

### **Misión.**

“La razón principal por la que las empresas fracasan es porque no reciben la atención que merecen. En este punto del plan, sabemos lo que vamos a hacer ahora y la empresa se pregunta dónde. ¿Dónde estamos, dónde estamos? ¿Quieres ir?” (Peter Drucker. 1997).

### **Plan estratégico.**

“Son los pasos que establecen los planes de futuro del personal de una empresa, sus procesos y las metas apropiadas que puede alcanzar” (Goldstein, 1995), mostrando que la planificación estratégica tiene un tipo estratégico en el que las decisiones estratégicas deben ser inicialmente consistentes. Por ejemplo, existe un sistema lógico que define por qué compite la empresa, brinda una respuesta DAFO para determinar dónde se encuentra posicionada la empresa y asegura que las actividades realizadas por los empleados internos se realicen correctamente. (Goldstein, 1995).

### **Planeación.**

“Un plan es un documento mediante el cual una empresa decide registrar acciones futuras en beneficio de la organización.” (Rodríguez. 2002) y el plan nos dice qué hacer y cómo hacerlo” (Robin Stephen. 2005).

**Presupuesto de inversión.**

ANA MARÍA SALCEDO ROSAS señala en su libro *Decisiones Financieras en los Negocios* (2013) que las decisiones de inversión son el factor más importante en los negocios. El resultado final, el presupuesto de inversión, representa una decisión de utilizar recursos específicos para proyectos específicos que generarán beneficios en el futuro. Dado que no se pueden determinar los rendimientos futuros, cualquier proyecto de inversión implica inevitablemente un riesgo y debe evaluarse en términos de rendimientos y riesgos y, por lo tanto, en términos de rendimientos y riesgos adicionales que pueden agregarse a lo que ya existe. Factores que afectan la valoración real del mercado. Las decisiones de inversión incluyen decisiones para modificar un activo, es decir, para reasignar recursos cuando el activo ya no es económicamente sólido. Las decisiones de inversión determinan la cantidad final de activos reales, su composición y la calidad e intensidad de los riesgos institucionales. Además de seleccionar nuevas inversiones, las empresas deben administrar de manera efectiva los activos que ya poseen.

**Valor.**

Se ve como un principio establecido por la empresa para determinar qué actitudes son reconocidas y cuáles no, y el personal interno se ve como principios básicos para obtener orientación para las decisiones establecidas, que se basan en creencias, carácter, etc. organizativo.

**Visión.**

"La ejecución de nuestra visión corporativa nos dice a qué mercados nos dirigimos. Pueden ser fáciles de construir, pero revelan que muchas empresas son triviales y, por lo tanto, difíciles de navegar" (Collings y Porras.2001).

## **2.4 Formulación de hipótesis**

### **2.4.1 Hipótesis general**

Si se propone un Plan Estratégico, aportará a la mejora de la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura.

### **2.4.2 Hipótesis Específicos**

El Análisis de la gestión administrativa de las empresas en la Provincia de Huaura es significativo para el desarrollo de las empresas.

El Diagnostico la gestión contable de las empresas en la Provincia de Huaura es significativo para el desarrollo de las empresas.

La Elaboración de la propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura es significativo para el desarrollo de las empresas.



## CAPITULO III

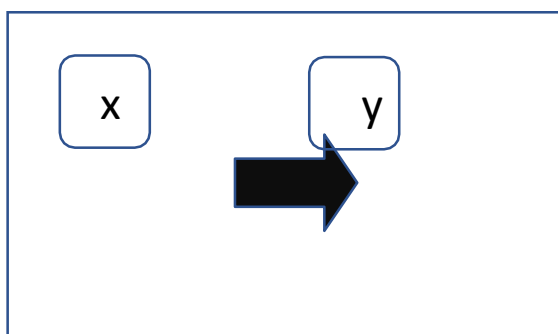
### METODOLOGIA

#### 3.1 Diseño metodológico

##### 3.1.1 Tipo

Esta referido a un estudio de diseño descriptivo – No Experimental, la cual está representada de forma gráfica de la siguiente manera.

:



Donde:

X: Plan estratégico

Y: gestión Administrativa y contable

##### 3.1.2 Enfoque

**Método deductivo-inductivo:** Ha sido establecido el marco general del tema de estudio, iniciándose de lo general a lo particular.

**Método de analítico – sintético:** debido a que se va analizar los elementos que han participado en la gestión administrativa y las estrategias de comunicación empleadas por la entidad

## **3.2 Población y Muestra**

### **3.2.1 Población**

Lo integran la agrupación de empresas del rubro de abarrotes en el mercado mayorista las cuales totalizaron 320 empresas (fuente: Asociación de comerciantes del sector abarrotes en el mercado mayorista).

### **3.2.2 Muestra**

Al respecto, para este estudio ha sido aplicado el muestreo No Probabilístico- Por criterio.

Según, (Sampieri, 2012) Muestreo no probabilístico (no aleatorio): En este tipo de muestreo, podría hallarse claramente la influencia de uno o varios individuos seleccionados mediante la muestra o simplemente efectuada debido a razones de comodidad, debido a la homogeneidad de la población.

### 3.3 Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 3 Operacionalización de variables e indicadores

Categorías	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	Escala
<b>Plan estratégico</b>	“Son los pasos por el cual el personal de una empresa planean el futuro, se establecen	Direccionamiento de empresa	Procesos para determinar plan estratégico Formulación	<b>NOMINAL</b>
	procesos, y metas adecuadas para su posible realización” (Goodstein, 1995)	Objetivo de empresa	Definición de las perspectivas Definición de los objetivos determinar las relaciones de los objetivos	<b>NOMINAL</b>
		Métodos para definir control de la empresa	- Eventos especiales - Noticias.	<b>NOMINAL</b>
<b>Gestión Administrativa y contable</b>	Es la capacidad de la institución para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles.	Planeación	- indicadores por objetivos - directivas por objetivos - políticas. - estrategias	<b>NOMINAL</b>
		Organización	- normas. -Registros.	<b>NOMINAL</b>
		Ejecución	-Informes	<b>NOMINAL</b>
		Control	-procedimientos..	<b>NOMINAL</b>

### 3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

#### 3.3.1 Técnicas a Emplear

Las técnicas de recolección de datos que se utilizarán en la investigación son las siguientes:

#### **Encuestas**

Se aplicará con el objeto de obtener información sobre las decisiones financieras y la optimización de la gestión de las pequeñas y medianas empresas en la Provincia de Huaura.

### **Análisis Documental**

Se utilizará para analizar las normas, información bibliográfica y otros aspectos relacionados con las decisiones financieras y la optimización de la gestión de las pequeñas y medianas empresas en la Provincia de Huaura.

### **3.3.2 Descripción de los Instrumentos**

#### **Ficha bibliográfica:**

Dicho Instrumento se utilizará para la recopilación de datos de Textos, monografías, Revistas, Periódicos, y Trabajos de Investigación, así como de Internet relacionados con las pequeñas y medianas empresas ubicadas en en la Provincia de Huaura en las entidades seleccionadas.

#### **Guía de entrevista:**

Dicho Instrumento se utilizará para llevar a cabo entrevistas a directivos, funcionarios, trabajadores, clientes y proveedores de las Pequeñas y Medianas Empresas ubicadas en la Provincia de Huaura.

#### **Ficha de encuesta:**

Instrumento que se aplicara con la finalidad de recopilar información de parte directivos, funcionarios, trabajadores, clientes y proveedores de las diferentes empresas ubicados en la Provincia de Huaura.

### **3.4 Técnicas para el procesamiento de la información**

Se aplicarán las siguientes técnicas de procesamiento de datos:

#### **Ordenamiento y clasificación**

Esta técnica se aplicará para tratar la información cualitativa y cuantitativa de las decisiones financieras y la optimización de la gestión de las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la Provincia de Huaura, en forma ordenada, que permita interpretarla y sacarle el máximo provecho.

#### **Registro manual**

Esta técnica, se aplicará para digitar la información de las diferentes fuentes relacionadas con las decisiones financieras y la optimización de la gestión de las pequeñas y medianas empresas en la Provincia de Huaura.

#### **Proceso computarizado con Excel**

Esta técnica se aplicará, para determinar diversos cálculos matemáticos y estadísticos de utilidad para la investigación relacionados con las decisiones financieras y la optimización de la gestión de las pequeñas y medianas empresas en la Provincia de Huaura.

#### **Proceso computarizado con SPSS**

Esta técnica se aplicará para digitar, procesar y analizar datos de las empresas y determinar indicadores promedios, de asociación y otros relacionados con las decisiones financieras y la optimización de la gestión de las pequeñas y medianas empresas en la Provincia de Huaura.



## Capítulo IV

### RESULTADOS

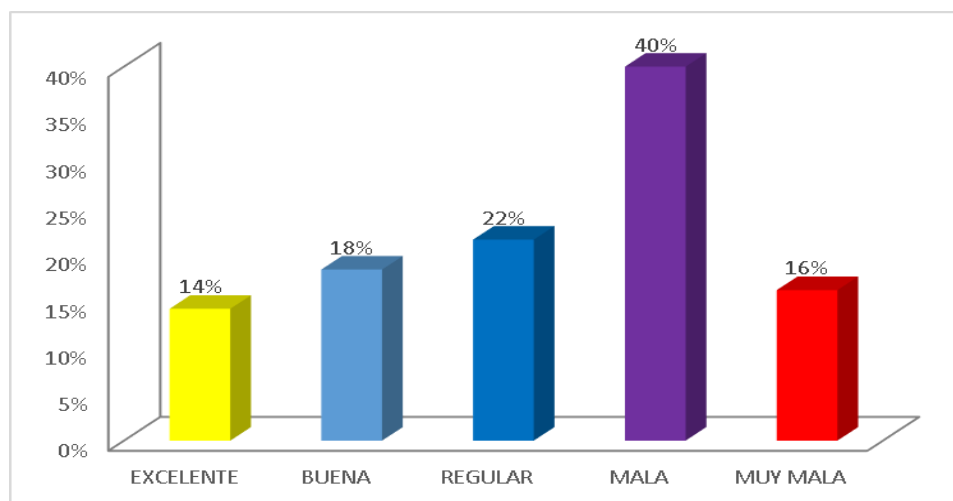
Resultados de la encuesta aplicada a los colaboradores de la empresa

**Tabla 4** Cómo califica usted a nuestra Empresa, en relación con la actividad que realiza frente a sus competidores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	EXCELENTE	3	13,6	14,1	14,1
	BUENA	8	17,7	18,3	32,5
	REGULAR	9	20,7	21,5	53,9
	MALA	20	30,0	40,0	100,0
	MUY MALA	5	14,4	16,1	
	Total	38	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		45	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboración: propia



**Figura 10** Califica usted a nuestra Empresa, en relación con la actividad que realiza frente a sus competidores.

### Interpretación:

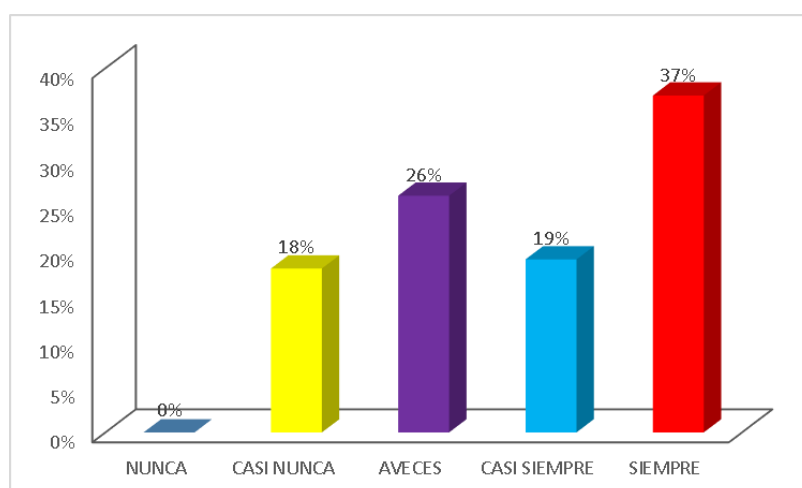
Según la figura 01, el 40.00% de los colaboradores indican mala Califica usted a nuestra Empresa, en relación con la actividad que realiza frente a sus competidores, el 22.00% indican que regular, el 18 % indican buena y el 16. % indican muy mala.

**Tabla 5** Ha recibido usted capacitaciones por parte de la Empresa para el desempeño de sus funciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	7	17,7	18,3	18,3
	AVECES	11	24,7	25,7	44,0
	CASI SIEMPRE	7	18,2	18,8	62,8
	SIEMPRE	20	35,9	37,2	100,0
	Total	38	96,5	100,0	
Perdidos	Sistemas	7	3,5		
Total		45	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboración: propia



**Figura 11** Ha recibido usted capacitaciones por parte de la Empresa para el desempeño de sus funciones.



### Interpretación:

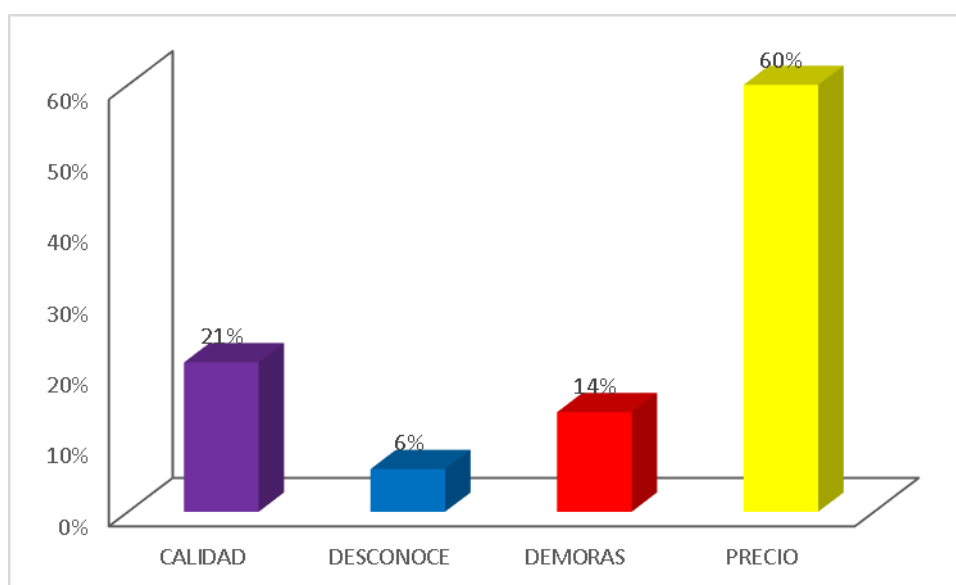
Según la figura 02, el 37.0% de los colaboradores indican que siempre ha recibido usted capacitaciones por parte de la Empresa para el desempeño de sus funciones, el 26% indican que a veces, el 19% indican que casi siempre y el 18% indican que casi nunca.

**Tabla 6** Qué reclamos considera comunes por parte de los clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CALIDAD	9	20,2	20,9	20,9
	DESCONOCE	5	5,6	5,8	26,7
	DEMORAS	11	13,1	13,6	40,3
	PRECIO	20	57,6	59,7	100,0
	Total	38	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		45	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboración: propia



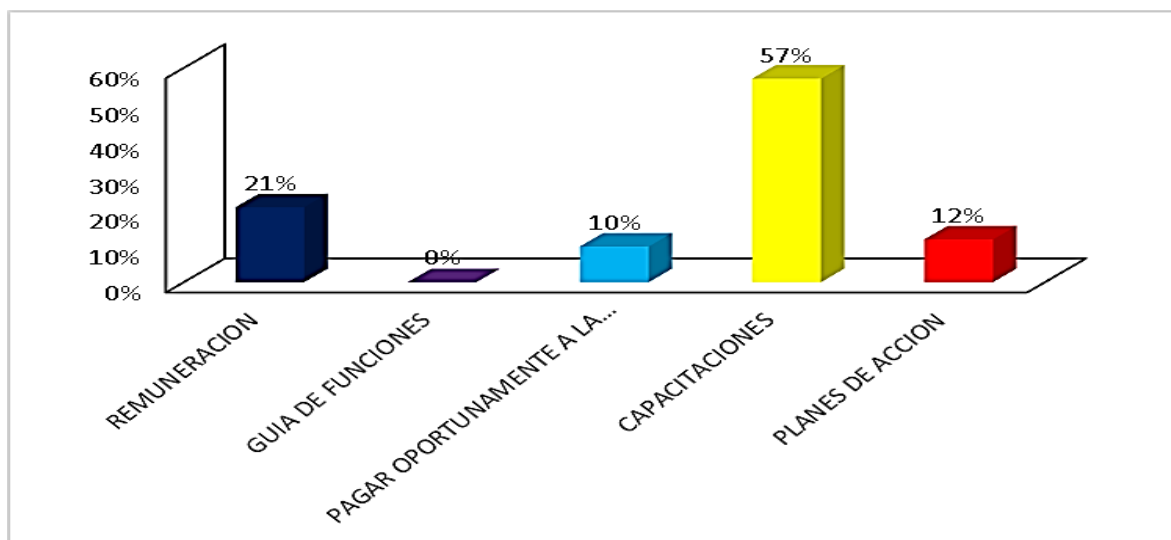
**Figura 12** Qué reclamos considera comunes por parte de los clientes.

### Interpretación:

Según la figura 03, el 60.00% de los colaboradores indican que el precio es el reclamo más común por parte de los clientes, el 21% indican la Calidad, el 14% indican que demoras y el 6.% indican que desconoce.

**Tabla 7** ¿Cuál es la sugerencia más importante que se debe tomar en cuenta para mejorar la gestión administrativa y contable?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REMUNERACION	9	20,7	21,5	21,5
	GUIA DE FUNCIONES	0	00,0	00,0	00,0
	PAGAR OPORTUNAMENTE A LA SUNAT	5	9,6	9,9	43,5
	CAPACITACIONES	25	54,5	56,5	100,0
	PLANES DE ACCION	6	11,6	12,0	33,5
	Total	38	96,5	100,0	
	Perdidos	Sistema	7	3,5	
Total		45	100,0		



**Figura 13** Cuál es la sugerencia más importante que se debe tomar en cuenta para mejorar la gestión administrativa y contable.

### Interpretación:

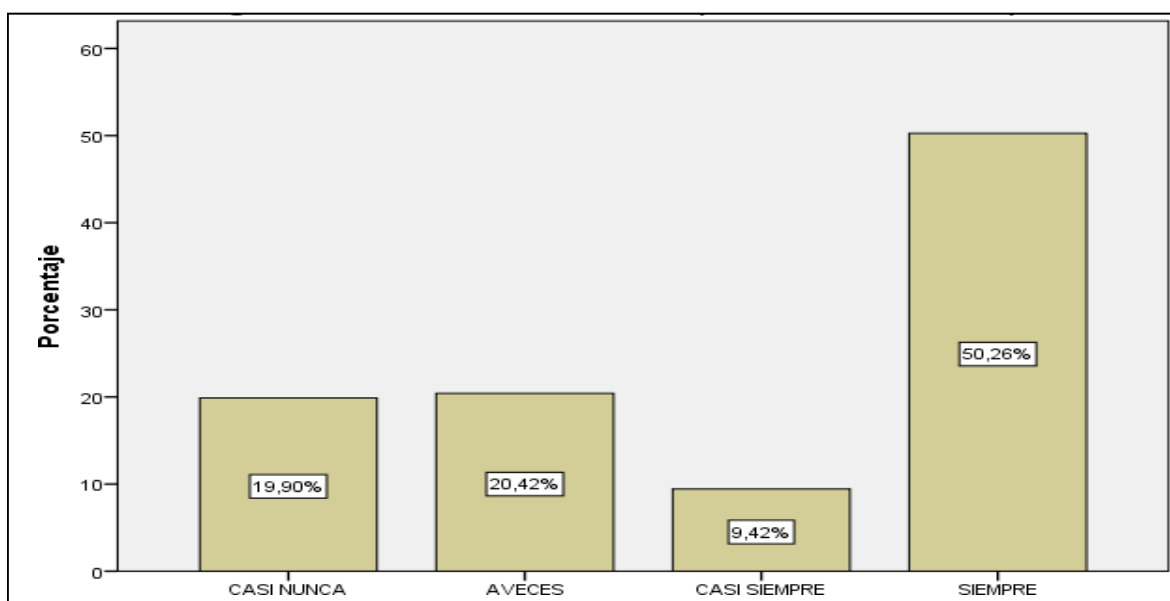
Según la figura 04, el 57% de los colaboradores indican que capacitaciones es la sugerencia más importante que se debe tomar en cuenta para mejorar la gestión administrativa y contable, el 21. % indican remuneración, el 12% indican planes de acción y el 10% indican pagar oportunamente a la sunat.

**Tabla 8** Cómo empleado de la empresa, usted desarrolla planes para desarrollar las actividades correctamente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	9	19,2	19,9	19,9
	AVECES	9	19,7	20,4	40,3
	CASI SIEMPRE	4	9,1	9,4	49,7
	SIEMPRE	23	48,5	50,3	100,0
	Total	38	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		45	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboracion: propia



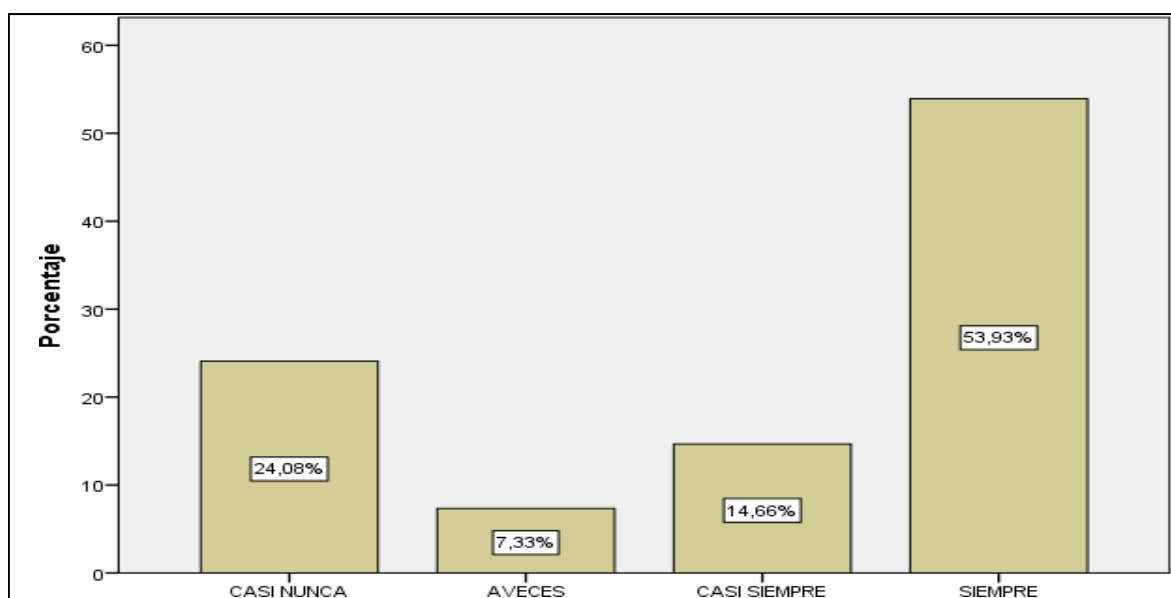
**Figura 14** Usted desarrolla planes para desarrollar las actividades correctamente

#### Interpretación:

Según la figura 05, el 50.26% de los colaboradores indican que siempre desarrollan planes para desarrollar las actividades correctamente, el 20.42% indican que a veces, el 19.90% indican que casi nunca y el 9.42% indican que casi siempre.

**Tabla 9** Han tenido problemas en algunos procesos con la Sunat durante el tiempo de labor en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	13	23,2	24,1	24,1
	AVECES	3	7,1	7,3	31,4
	CASI SIEMPRE	7	14,1	14,7	46,1
	SIEMPRE	22	52,0	53,9	100,0
	Total	38	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		45	100,0		



**Figura 15** Han tenido problemas en algunos procesos con la Sunat durante el tiempo de labor en la empresa

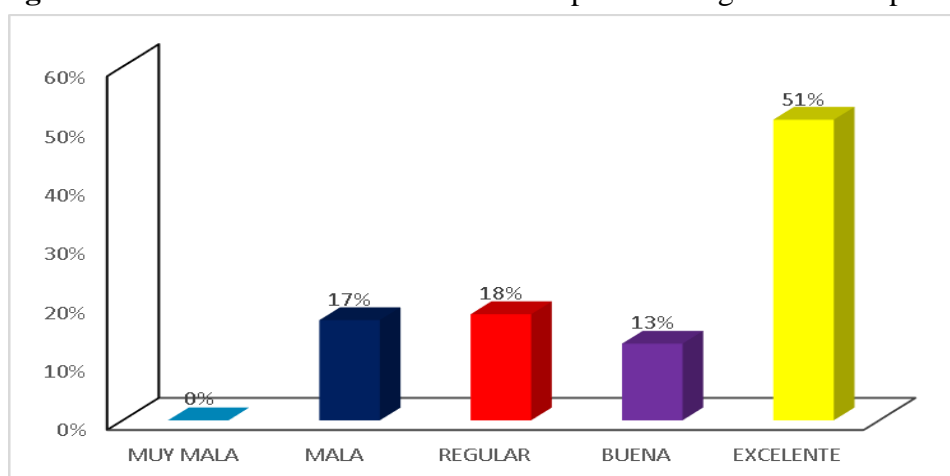
#### Interpretación:

Según la figura 06, el 53.93% de los colaboradores indican que nunca Han tenido problemas en algunos procesos con la Sunat durante el tiempo de labor en la empresa, el 24.08% indican que casi nunca, el 14.66% indican casi siempre y el 7.3% indican que a veces.

**Tabla 10** Cómo califica el desarrollo de un plan estratégico en la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALA	8	16,7	17,3	17,3
	REGULAR	9	17,7	18,3	35,6
	BUENA	6	12,6	13,1	48,7
	EXCELENTE	22	49,5	51,3	100,0
	Total	38	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		45	100,0		

**Figura 16** Cómo califica el desarrollo de un plan estratégico en la empresa



### Interpretación:

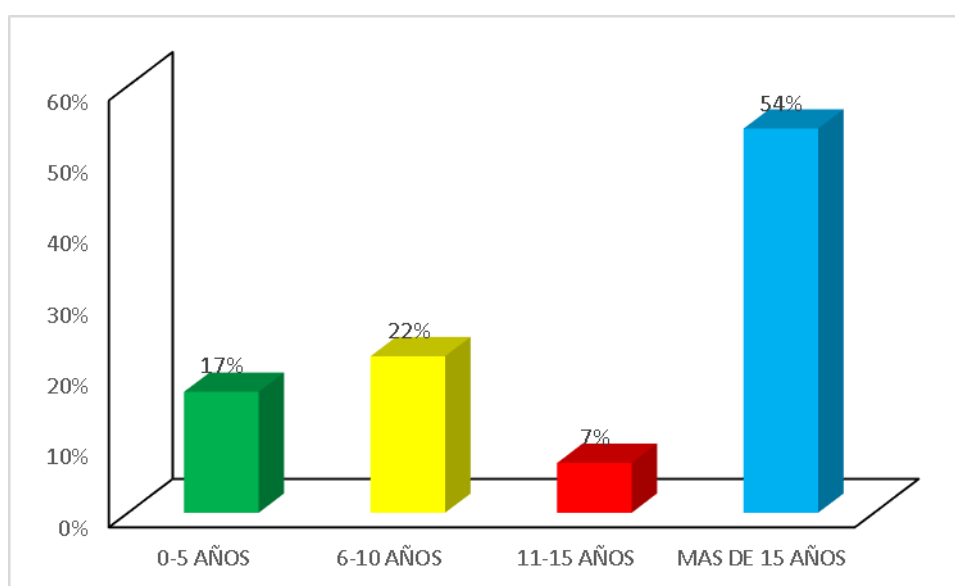
Según la figura 07, el 51.31% de los colaboradores indican que excelente califica el desarrollo de un plan estratégico en la empresa, el 18.3% indican regular, el 17.28% indican mala y el 13.09% indican buena.

<b>FORTALEZA</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Precios bajos Buena infraestructura Variedad de productos Lealtad de clientes Org sin muchos niveles jerárquicos Solidez económica	Sistema de planificación deficiente Sist. De información gerencial contable no automatizados Trato ineficiente por parte del personal Carece de misión, visión y cód. de ética Carece de plan de marketing
<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>AMENAZAS</b>
Estabilidad del país	Presión tributaria
Impuesto a la renta	Corrupción en el país
Crecimiento PER cápita	Mayor acceso a la inf. Por parte del consumidor
Gustos y preferencias de los consumidores	Avance de la tecnología
Crecimiento poblacional	Uso de tecnología avanzada por parte de los competidores
Redes sociales	Presión tributaria

### Resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa

Fuente: encuesta, diciembre 2018

Elaboración: propia



**Figura 17** Tiempo que lleva adquiriendo los productos de la empresa

### Interpretación:

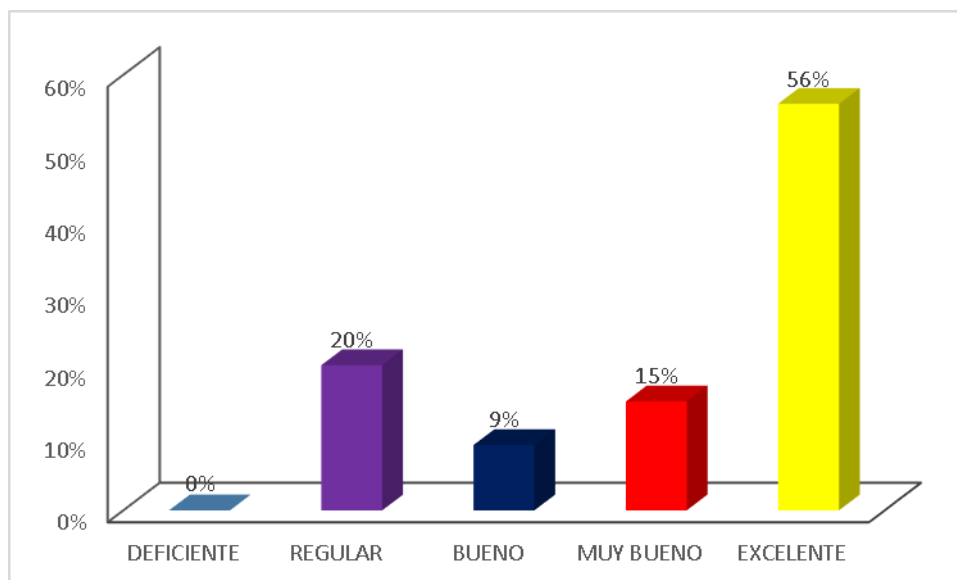
Según la figura 08, el 54% de los colaboradores indican más de quince años que lleva adquiriendo los productos de la empresa, el 22% indican entre 6-10 años, el 17% indican entre 0-5 años y el 7% indican entre 11-15 años.

**Tabla 11** La calidad del servicio que recibe por parte de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGULAR	39	19,7	20,4	20,4
	BUENO	17	8,6	8,9	29,3
	MUY BUENO	29	14,6	15,2	44,5
	EXCELENTE	106	53,5	55,5	100,0
	Total	191	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		198	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboración: propia



**Figura 18** La calidad del servicio que recibe por parte de la empresa.

**Interpretación:**

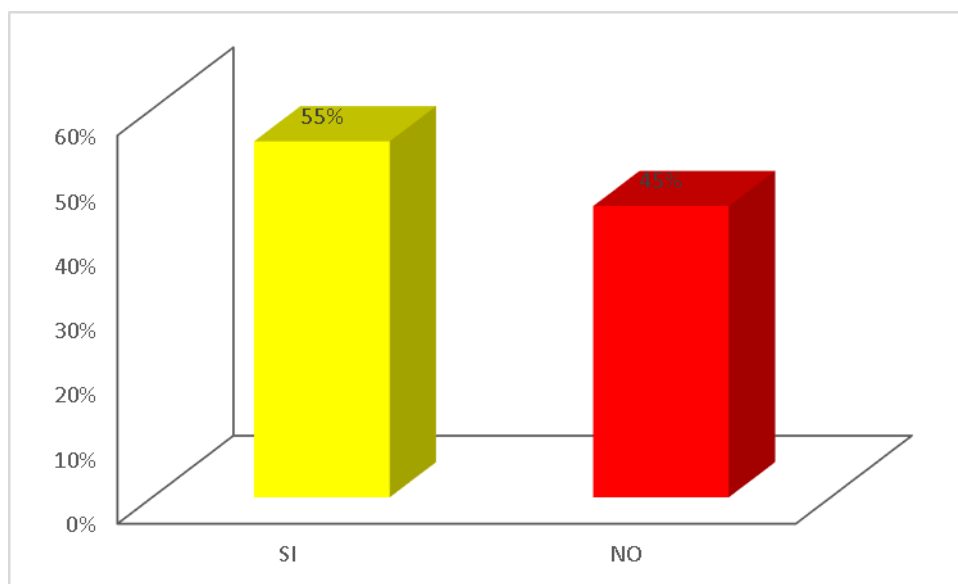
Según la figura 11, el 56% de los clientes indican excelente la calidad del servicio que recibe por parte de la empresa, el 20% indican regular, el 15.18% indican muy bueno y el 9% indican bueno.

**Tabla 12** Recomendaría a otras personas sobre el producto que brinda la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	108	52,2	55,0	23,0
	NO	90	39,6	45,0	33,0
	Total	191	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		198	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboración: propia

**Figura 19** Recomendaría a otras personas sobre el producto que brinda la empresa.**Interpretación:**

Según la figura 12, el 55% de los clientes indican que SI recomendaría a otras personas sobre el producto que brinda la empresa, el 45% indican que No.

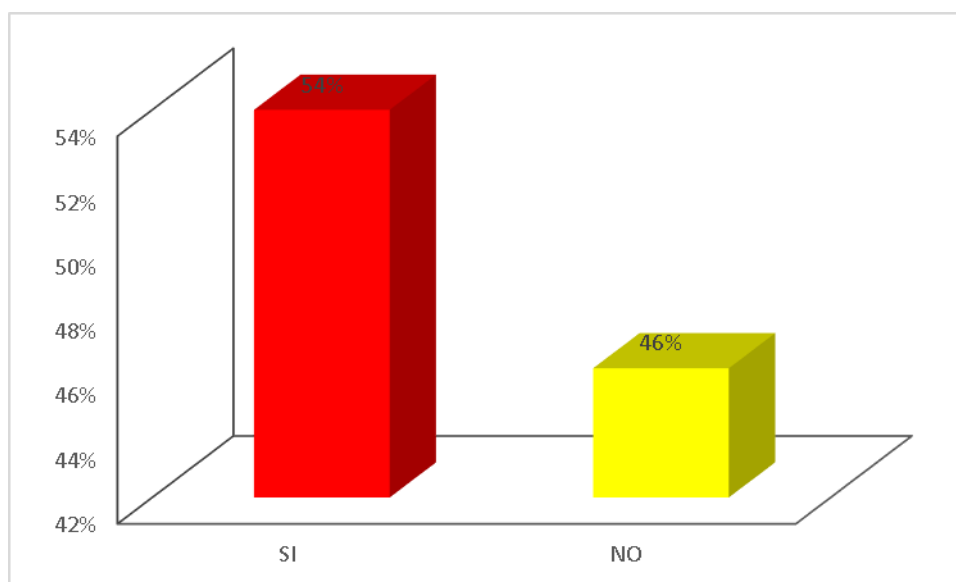


**Tabla 13** Crees usted que el servicio que brinda la empresa debería mejorar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	105	53,1	53,6	13,6
	NO	86	44,7	46,4	34,0
	Total	191	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		198	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboración: propia

**Figura 20** El servicio que brinda la empresa debería mejorar.**Interpretación:**

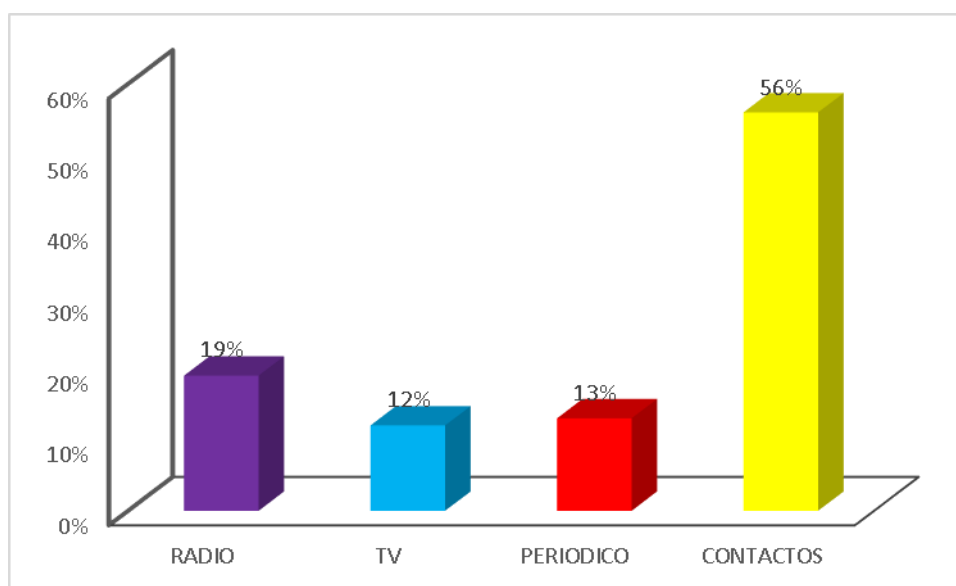
Según la figura 13, el 54% de los clientes indican SI el servicio que brinda la empresa debería mejorar, el 46% indican que NO.

**Tabla 14** Cómo conoció a la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	RADIO	37	18,7	19,4	19,4
	TV	23	11,6	12,0	31,4
	PERIODICO	24	12,1	12,6	44,0
	CONTACTOS	107	54,0	56,0	100,0
	Total	191	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		198	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboración: propia

**Figura 21** Cómo conoció a la empresa.**Interpretación:**

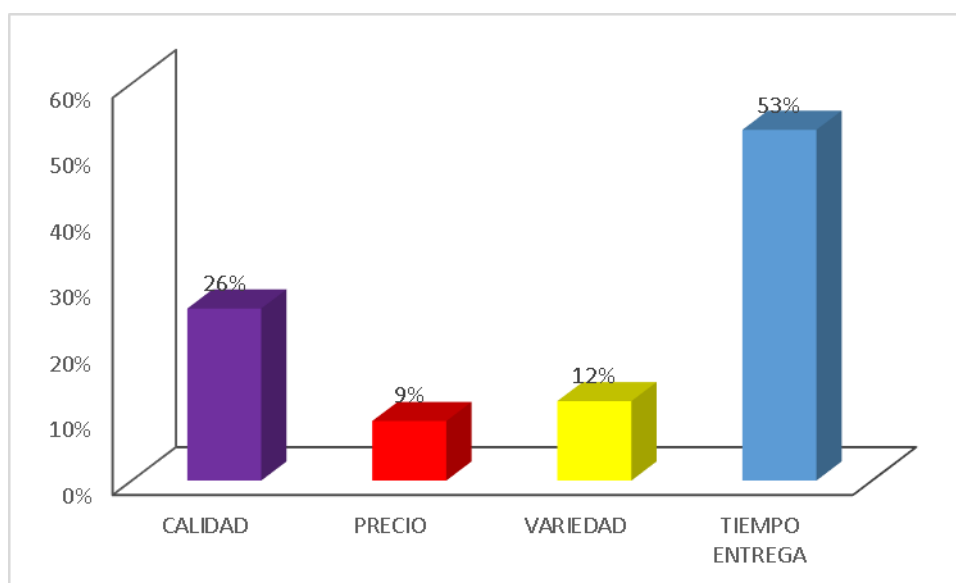
Según la figura 14, el 56% de los clientes indican por medio de contacto conoció a la empresa, el 19% indican por radio, el 13% indican periódico y el 12,04% indican que Tv.

**Tabla 15** Por qué motivos usted elige los servicios de la empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CALIDAD	49	24,7	25,7	25,7
	PRECIO	18	9,1	9,4	35,1
	VARIEDAD	23	11,6	12,0	47,1
	TIEMPO ENTREGA	101	51,0	52,9	100,0
	Total	191	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		198	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboración: propia

**Figura 22** Motivos usted elige los servicios de la empresa.**Interpretación:**

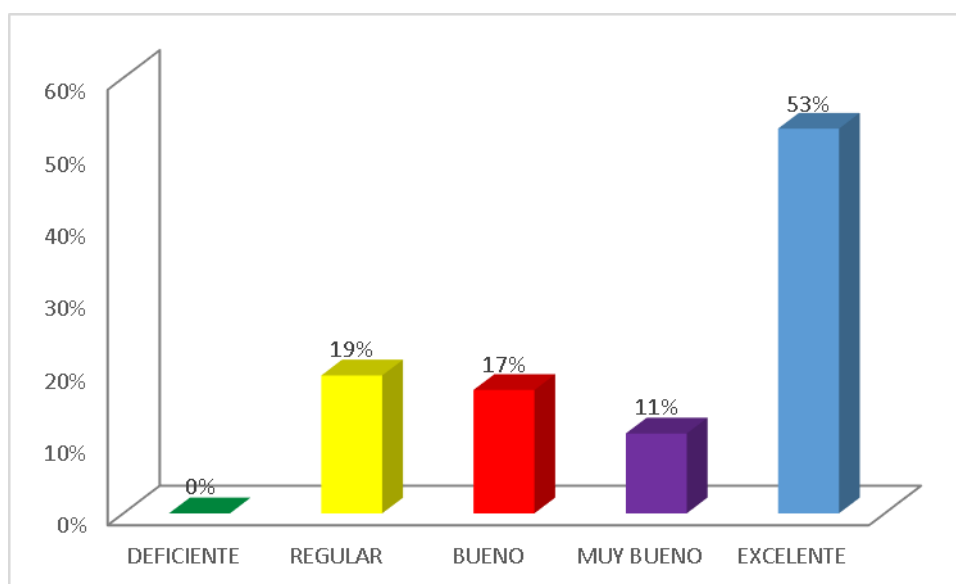
Según la figura 15, el 53% de los clientes indican que el tiempo de entrega es el motivo usted elige los servicios de la empresa, el 26% indican que calidad, el 12% indican variedad y el 9% indican precio.

**Tabla 16** La profesionalidad con la que trabajan los empleados de como la definiría.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGULAR	36	18,2	18,8	18,8
	BUENO	32	16,2	16,8	35,6
	MUY BUENO	21	10,6	11,0	46,6
	EXCELENTE	102	51,5	53,4	100,0
	Total	191	96,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	3,5		
Total		198	100,0		

Fuente: encuesta, diciembre 2012

Elaboración: propia

**Figura 23** La profesionalidad con la que trabajan los empleados de como la definiría.**Interpretación:**

Según la figura 16, el 53% de los clientes indican excelente la profesionalidad con la que trabajan los empleados de como la definiría, el 19% indican regular, el 17% indican bueno y el 11% indican muy bueno.

## **CAPITULO V**

### **DISCUSIÓN**

Presentación del Plan Estratégico para la Mejora del Control Administrativo y Contable en Mayoristas de Abarrotes - Eguren Trujillo 2012.

De acuerdo con la propuesta, la hipótesis se puede considerar verificada porque la planificación estratégica ayudará a mejorar la gestión y el manejo contable de las empresas de la industria de abarrotes del mercado mayorista. -Eguren Trujillo 2012.

En una encuesta a clientes y colaboradores, dijo que no tenían control sobre su campo debido a la experiencia de las organizaciones que dirigían. El 90% de las empresas establecen metas, pero no cuentan con las personas adecuadas para ayudarlas a alcanzarlas.

A partir de los datos extraídos y los conceptos básicos de gestión para construir los cuatro cimientos que ayudarán a toda empresa a avanzar hacia el futuro, Henry Fayol es considerado el padre de la gestión moderna y ayuda a los ejecutivos a prever, organizar, comandar, coordinar y controlar. basado en el método de planificación media.

En cuanto a la variable independiente “planificación estratégica” en la empresa, se puede apreciar en las preguntas planteadas en la encuesta, como se muestra en las Figuras 6, 7, 8 y 9. Una vez que analices que has podido identificar el DAFO de tu sector, se te harán una serie de preguntas para saber qué es lo que realmente pasa dentro y fuera. Esto le permite elaborar su oferta.

El documento "Planificación Estratégica para el Mejoramiento de la Administración en el Instituto de Investigación y Capacitación en Ciencias Administrativas (IICA)" tiene un enfoque similar, y la mayoría de los documentos de planificación estratégica requieren el desarrollo de una estrategia. La estrategia se desarrollará siguiendo la metodología de Fernando D'Alessio,

como se muestra en la Figura 4. Además (Goodstein) afirmó que los planes estratégicos tienen un tipo de estrategia que primero determina que la estrategia debe ser consistente. Este es el campo de la competencia para las empresas, dar respuestas FODA para entender dónde está la empresa y construir un sistema lógico para que las actividades realizadas por los empleados internos funcionen correctamente. En este caso, estoy de acuerdo en que el objetivo se ha fijado correctamente.

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 CONCLUSIONES

1. El entorno comercial en la industria alimentaria del mercado mayorista ha cambiado mucho, por lo que la administración y la gestión contable están desempeñando un papel muy importante. Falta de formación y pérdida de oportunidades de crecimiento.
2. Una empresa de la industria de abarrotes del mercado mayorista concluyó a través de un análisis DAFO que estaba orientada a la experiencia y la calidad con base en estudios demográficos, económicos y de impacto. Considere la competitividad del país.
3. Analizando el manejo contable de la empresa y el nivel de crecimiento a lo largo de los años, los ingresos en el 2010 alcanzaron los 152,828.90 soles, y el incremento total en el 2011 y 2012 fue de 1,196,455.18 soles, el mayor incremento. El costo total del PE realizado es de S/. 10,300.00 Sol incluyendo costo de mano de obra, costo de aprovisionamiento y costo de servicio.
4. Utilizar diversas matrices como EFE, EFI, FODA, PEEYEA, BCG, etc. para determinar estrategias de acuerdo al entorno de la empresa, y seleccionar 03 estrategias que la empresa debe implementar. Desarrollar una estrategia de comunicación y marketing basada en los servicios premium que ofrece la empresa para capitalizar el crecimiento de la industria de abarrotes para aumentar los niveles de ingresos.

## 6.2 Recomendaciones

1. Desarrollar un plan estratégico para una empresa de abarrotes del mercado mayorista que incluya la visión, la misión, las metas y la estrategia como parte de la organización del día a día para seguir pronosticando, mejorando la imagen corporativa y la competitividad con base en la visión, las actividades y lo que quiere lograr.
2. Se recomienda a las organizaciones crear gerencias para recolectar información, consolidarla en hojas de cálculo e implementar un formato diario para dar seguimiento adecuado a lo propuesto en el plan estratégico.
3. Es mejor estudiar por separado de otros procesos, teniendo en cuenta los honorarios y gastos de la empresa para obtener la ganancia necesaria y tomar las decisiones correctas en el momento en que el negocio está débil.



## CAPITULO VII

### FUENTES DE INFORMACION

#### 7.1 Fuentes Bibliográficas

- **Aschauer, D.** (1989.) Is public expenditure productive? *Journal of Monetary Economics*.23(2): 177-200.
- **Cullison W.** (1993). Public investment and economic growth. *Federal Reserve Bank of Richmond Economic Quarterly*. 79(4):19-34.
- **Gerald, A.** (2007). Introducción a los modelos de crecimiento económico exógeno y endógeno. 7 - 534 p. Consultado 22 jun. 2015. Disponible en <https://merigg.files.wordpress.com/2010/12/introduccion-a-los-modelos-decrecimiento-econoc3b3mico-exc3b3geno.pdf>.
- **Gujarati Damodar N.** (2010) “Econometría” -5ta-Ed, México: McGraw-Hill
- **Guzmán Chávez, A.** (2000). Las fuentes endógenas del crecimiento económico. *Economía Teoría y Práctica*, 13, 35-60.
- **Jiménez F.** (2010). Elementos de teoría y política macroeconómica para una economía abierta. PE. Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. 527-529 p.
- **Perdomo, A.** (2002). Inversión pública sectorial y crecimiento económico: una aproximación desde la metodología VAR. Bogotá D. C., CO. 7-29p. (Serie Archivos de Economía documento 208).
- **Sachs, J; Larraín B.** (1994). *Macroeconomía en la economía global*. 1 ed. Trad. R.
- **Muñoz. Naucalpan de Juarez, MX.** Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. 557-562 p.

## TESIS

1. **Ashto, C., Abel, N., & Hinostrza Rosales, A. M. (2016).** *Análisis predictivo de la temperatura en función a la humedad relativa y el viento mediante el modelo de vectores autorregresivos en la estación meteorológica de la UNASAM, 2016* (tesis de pregrado). Universidad Santiago Antúnez, Huaraz, Perú.
2. **Lopez R. (2010).** *Análisis de la inversión pública por sectores en el crecimiento y desarrollo económico de Bolivia para el periodo 1988 – 2008* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Oruro, Oruro, Bolivia.
3. **Mayurí Sánchez, J. L. A. (2015).** *Inversión en infraestructura pública y el crecimiento económico en el Perú, período 1950-2013* (tesis de pregrado). Universidad Agraria La Molina, Lima, Perú.
4. **Villca, E. (2014).** *La inversión pública y el crecimiento económico en Bolivia: 1990-2012. Un Análisis Con Datos De Panel* (tesis de pregrado) Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia.

## PAGINAS WEB

- Aparicio C; Jaramillo M; San Román C. (2011). Desarrollo de la infraestructura y reducción de la pobreza: el caso peruano. Lima. Consorcio de Investigación Económica y Social. p 15,19.
- **Arpi, R. (2014).** **Perú, 2004-2013:** Inversión pública en infraestructura, crecimiento y desarrollo regional. Obtenido de Informe final, Proyecto Mediano CIES-IDRC-DFATD-Fundación MJ Bustamante.
- **Berndt, E; Hansson, B. (1991).** Measuring the contribution of public infrastructure capital in Sweden. Cambridge. 1-39 p. (The National Bureau of Economic Research Working Papers Series. No. 3842).

- **Calderón, C; Servén L. (2004).** The effects of infrastructure development on growth and income distribution. Santiago de Chile. Banco Central de Chile 1-26 p. (Serie Documentos de trabajo Banco Central de Chile N°270).
- **De Mattos. C. (1999)** Teorías del crecimiento endógeno: lectura desde los territorios de la periferia. p. 191. Consultado 22 jun. 2015. Disponible en <http://www.revistas.usp.br/eav/article/viewFile/9482/11051>.
- **Machado, R. (2017).** Crecimiento económico e infraestructura de transportes y comunicaciones en el Perú. *Economía*, 40(79), 9-46.
- **Mahadeva L; Robinson P. (2009).** Prueba de raíz unitaria para ayudar a la construcción de un modelo. México. D.F. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos. 3 p (serie de ensayos N° 76).
- **Rivera, J., & Toledo, P. (2004).** Efectos de la infraestructura pública sobre el crecimiento de la economía, evidencia para Chile. *Estudios de economía*, 31(1), 21-38.

**ANEXO 1**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

### “RELACION QUE EXISTE ENTRE LA INFRAESTRUCTURA PUBLICA Y EL CRECIMIENTO ECONOMICO EN EL PERU”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Variable Independiente</b>	<b>1. Tipo de Investigación</b> Aplicada <b>2. Nivel de Investigación</b> Descriptiva y Explicativa <b>3. Población</b> = Series cronológicas del PBI <b>Muestra</b> = Series cronológicas del PBI <b>4. Instrumentos de Recolección de datos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ficha Bibliográfica</li> <li>○ Guía de entrevista.</li> <li>○ Ficha de</li> </ul>
¿De qué manera un plan Estratégico permite mejorar la Gestión Administrativa y Contable de las Empresas en la provincia de Huaura?	Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura	Si se propone un Plan Estratégico, aportará a la mejora de la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura	X: Plan estratégico <b>Indicadores:</b> X1 : Direccionamiento de empresa X2 : Objetivo de empresa X3 : Métodos para definir control de la empresa	
<b>Problemas Específicos.</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Especificas</b>	<b>Variable Dependiente</b>	
¿Cuál es la importancia de la gestión administrativa de las empresas en el en la Provincia de Huaura?	Analizar la gestión administrativa de las empresas en la Provincia de Huaura	El Análisis de la gestión administrativa de las empresas en la Provincia de Huaura es significativo para el desarrollo de las empresa		
¿Cuál es la importancia de la gestión contable de las empresas en la Provincia de Huaura?	Diagnosticar la gestión contable de las empresas en la Provincia de Huaura	El Diagnostico la gestión contable de las empresas en la Provincia de Huaura es significativo para el desarrollo de las empresa	Y : Gestión Administrativa y contable	

			<b>Indicadores:</b>	Encuesta.
			Y1: Planeación Y2 : Organización Y3 : Ejecución Y4: Control	
¿Cuál es la importancia de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura?	Elaborar la propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura	La Elaboración de la propuesta de un plan estratégico para mejorar la gestión administrativa y contable de las empresas en la Provincia de Huaura es significativo para el desarrollo de las empresas.		