



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión
empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto.

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en administración de negocios – MBA

AUTOR

Bach. Lear Scoth Wong Altamirano

ASESOR:

Dr. Hugo Enrique Huamán Tarrillo

SECCIÓN:

CIENCIAS EMPRESARIALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y herramientas gerenciales

CHICLAYO – PERÚ

2019

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL JURADO EVALUADOR DE LA TESIS TITULADA:

"PLAN ESTRATÉGICO 2019 - 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN
EMPRESARIAL DE ALMACENES DE LA SELVA S.A.C TARAPOTO"

QUE HA SUSTENTADO DON (DOÑA):

Lear Scott Wong Altamirano
NOMBRES Y APELLIDOS

ACUERDA:

Aprobar por Unanimidad

RECOMIENDA:

Pimentel, 16 de enero de 2019

MIEMBRO DEL JURADO

PRESIDENTE: Dra. Mercedes Alejandra Collozo Alarcón

SECRETARIO: MBA. Tania Yasely Mendoza Banda

VOCAL: Dr. Hugo Enrique Human Tarrillo

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Wong Altamirano Lear Scoth, egresado del Programa de Maestría (x) Doctorado ()
Maestría en administración y negocios de la Universidad César Vallejo SAC Chiclayo,
identificado con DNI N° 43735039

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE

1. Soy autor (a) de la tesis titulada **PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE ALMACENES DE LA SELVA S.A.C., TARAPOTO.**
2. La misma que presento para optar el grado de Maestría en Gestión Pública
3. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas
4. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
5. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional
6. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo, por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Chiclayo, 23 de noviembre de 2018



Lear Scoth Wong Altamirano
DNI 43735039

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis padres, a hermana y a mis sobrinos por todo su apoyo.

Lear Scoth Wong Altamirano

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios, por haber permitido culminar esta investigación, a los expertos y todos los que nos apoyaron para llevar a cabo este trabajo que nos permitirá crecer como profesionales y personas.

Lear Scoth Wong Altamirano

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado,

A continuación, les presentamos la tesis titulada: Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C. Tarapoto

El informe ha sido elaborado con el fin de obtener el grado de maestro en Administración de Negocios - MBA. Teniendo en consideración el aspecto ético en el progreso de esta investigación.

La investigación está compuesta por ocho divisiones, en la primera, engloba la realidad problemática, la presentación de la empresa Almacenes de la selva S.A.C., las teorías relacionadas, la hipótesis y los objetivos en relación a la propuesta del plan estratégico para la mejora de gestión empresarial; en la segunda, se desarrolló la metodología utilizada en la investigación; en la tercera, se detalla los resultados obtenidos sobre las dimensiones de las variables, plan estratégico y gestión empresarial, mediante el programa estadístico SPSS y hoja de cálculo EXCEL; en las divisiones IV, V y VI se presentan la discusión, las conclusiones y recomendaciones respectivamente, en la séptima detallamos la propuesta, un bosquejo del plan estratégico a desarrollar y en la octava detallamos las referencias bibliográficas utilizando las normas APA y por último, al final del informe se hallan los anexos, con el instrumento utilizado en la investigación y las fotografías como evidencia.

El Autor

Índice:

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN	ii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
PRESENTACIÓN.....	vi
Índice:	vii
INDICE DE TABLAS	ix
INDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	13
1. Realidad problemática:.....	13
2. Trabajos previos:.....	15
3. Teorías relacionadas al tema:	23
3.1 Plan Estratégico.....	23
4. Formulación del Problema	30
5. Justificación e Importancia	30
6. Hipótesis.	31
7. Objetivos	31
II. MÉTODO.....	32
2.1 Diseño de investigación	32
2.1.2 Diseño de Investigación:.....	32
2.2 Identificación de variables.....	33
2.2.1 Variable Dependiente	33
2.2.2 Variable independiente	33
2.2.3 Operacionalización de variables	35
2.3 Población y muestra	36
2.3.2 Muestra:.....	36
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	37
2.5 Método de análisis de datos	38
2.6 Aspectos éticos.....	39
III. RESULTADOS.....	40

IV.	DISCUSIÓN	49
V.	CONCLUSIONES.....	51
VI.	RECOMENDACIONES	52
VII.	PROPUESTA	53
1.	Introducción.....	53
2.	ETAPAS:.....	55
IX.	REFERENCIAS.....	60
	Anexo.....	62
	ANEXO N° 01: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto	63
	ANEXO N° 02: Sabana de datos del cuestionario aplicado.	65
	ANEXO N° 03: Desarrollo de la escala de planeamiento estratégico y gestión empresarial	67
	ANEXO N° 04: Resultados	76
	ANEXO 04: Matriz de Consistencia	79
	ANEXO N° 05: Validación del instrumento por criterio de expertos	80
	ANEXO N° 06: Carta de autorización de la empresa Almacenes de la selva S.A.C	86
	ANEXO N° 07: Evidencia Fotográfica.....	87
	ANEXO N° 08: Validaciones de la propuesta	88
	ANEXO N° 09: Validaciones de la propuesta	89
	ANEXO N° 10: Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV	90
	ANEXO N° 11: Acta de aprobación de originalidad de tesis	91
	ANEXO N° 12: Reporte de Turnitin..... ¡Error! Marcador no definido.	
	ANEXO N° 13: Autorización de la versión final del trabajo de investigación	92

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de colaboradores de la empresa Almacenes de la Selva S.A.C.....	36
Tabla 2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos por variable.....	37
Tabla 3. Resumen de procesamiento de casos.....	39
Tabla 4. <i>Estadísticas de confiabilidad</i>	39
Tabla 5: Nivel de planeamiento estratégico en la empresa Almacenes de la selva S.A.C.....	76
Tabla 6: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Formulación y planeamiento.....	76
Tabla 7: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión implementación y dirección.	76
Tabla 8: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión evaluación y control.	77
Tabla 9: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión evaluación y control.	77
Tabla 10: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Identificación.	77
Tabla 11: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Identificación.	77
Tabla 12: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión ejecución.....	78
Tabla 13: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión ejecución.....	78

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Etapas del plan estratégico	25
Figura 2. El proceso estratégico – Formulación	26
Figura 3. La dirección estratégica – Implementación	27
Figura 4. El control estratégico – Evaluación	27
Figura 5. El proceso estratégico.....	28
Figura 6:Nivel de planeamiento estratégico en la empresa Almacenes de la selva S.A.C.....	40
Figura 7: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Formulación y planeamiento.....	41
Figura 8: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión implementación y dirección.	42
Figura 9: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión evaluación y control.	43
Figura 10: Nivel de gestión empresarial de la empresa Almacenes de la selva S.A.C.....	44
Figura 11:Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Identificación.	45
Figura 12: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión organización.....	46
Figura 13:Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión ejecución.....	47
Figura 14: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión control.	48

RESUMEN

En esta investigación con título “Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto”, el objetivo de la presente investigación es proponer si un plan estratégico 2019-2021 mejora la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C.

La investigación se llevó a cabo mediante el diseño descriptivo - propositivo, dada la coyuntura empresarial, la importancia de planificar y ser estratégico frente a la competencia del mercado, se empleó un cuestionario aplicado a una muestra aleatoria de los trabajadores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. El instrumento consta de 33 ítems divididos en siete dimensiones, tres de planificación estratégica: Formulación - Planificación, Implementación - Gestión y Evaluación - Control; y cuatro administraciones comerciales: Identificación, Organización, Ejecución y Control, categorizados por la escala Likert. La fiabilidad del instrumento estuvo determinada por el alfa de Cronbach el cual arrojó un resultado de 0.95.

La población considerada para el diagnóstico fue de 61 trabajadores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C., de los cuales 53 son muestra de estudio. Con los resultados obtenidos del cuestionario, se determinó que los trabajadores tienen poco conocimiento del plan estratégico y la gestión empresarial. Por lo tanto, se plantea proponer un plan estratégico 2019 - 2021 para la mejora de la gestión empresarial.

Palabras clave: plan estratégico, gestión empresarial.

ABSTRACT

In this research entitled "Strategic Plan 2019 - 2021 for the improvement of the business management of Almacenes de la selva SAC, Tarapoto", the objective of the present investigation is to propose if a strategic plan 2019-2021 improves the business management of Almacenes de la selva S.A.C.

The research was carried by means of the descriptive - propositive design, given the business juncture, the importance to plan and to be strategic the face of market competition, It was employed a questionnaire applied a aleatory sample of the workers of the company Almacenes de la selva S.A.C. The instrument consists of 33 items divided into seven dimensions, three of strategic planning: Formulation - Planning, Implementation - Management and Evaluation - Control; and four business management: Identification, Organization, Execution and Control, categorized by the Likert scale. The reliability of the instrument was determined by Cronbach's alpha, which yielded a result of 0.95.

The population considered for the diagnosis was 61 workers of the company Mercantil Inca S.A., of which 53 are study sample. With the results obtained from questionnaire, it was determined that the workers have little knowledge of the strategic plan and business management. Therefore, It is posed to proposed a strategic plan 2019 - 2021 for the improvement of business management

Keywords: Strategic plan, business management.

I. INTRODUCCIÓN

1. Realidad problemática:

De acuerdo a la tendencia de las grandes corporaciones que están adoptando una serie de estrategias, estas pueden ser reducción en los precios de venta, promociones, valor agregado, cambio de envases y otras, las cuales se busca el beneficio de alcanzar una mayor rentabilidad estable en el tiempo o abarcar una mayor participación de mercado, entonces conociendo esta problemática es que comienza la necesidad de afrontarse a los cambios que lleva la globalización, indistintamente de la actividad de la organización. Respecto al rubro de bebidas no alcohólicas, existe una tendencia por consumir bebidas más saludables a nivel global, esto con lleva a que las corporaciones estén obligados de expandir su portafolio de bebidas, teniendo menor consideración a sus bebidas bandera como Pepsi, Coca cola o Big cola. Es por esto que por esto que el negocio de bebidas no alcohólicas es un mercado altamente competitivo, debido a que el comercio ya no solo se ha vuelto un tema solamente de compra y venta, si no a la introducción de una serie de estrategias para que el consumidor elija, aunque sea una de las marcas que las compañías tienen en el mercado, siendo la competitividad ya no táctica, si no altamente estratégica, que en el tiempo dará los resultados buscados.

En el Perú el mercado de bebidas no alcohólica en el trascurso de estos tres años ha tenido una sucesión de reformas significativas respecto a las embotelladoras y distribuidoras, tal es el caso de Ambev Perú a CBC Peruana en el año 2015, teniendo una alianza estratégica, también en este año la corporación Lindley Perú realiza una unión con Arca Continental, y también recientemente la adquisición de la embotelladora Don Jorge por parte del Grupo AJE, debido a esta sucesión de cambios para fortalecer e incrementar la participación de las operaciones de las compañías de bebida, ofrecen la oportunidad de un dinamismo respecto a la competitividad dentro del mercado peruano.

En la empresa Almacenes de la selva S.A.C. siendo una compañía familiar, fue fundada en el año 2002, comenzó sus funciones en la rúbrica de comercializadora y distribuidora de abarrotes, en el 2005 inicia en el rubro de bebidas con la venta y reparto del portafolio de las marcas de Ambev Perú S.A., tales como Brahma, Corona y las marcas de Pepsico bebidas, en el año 2015, CBC Peruana S.A. en conjunto con AB Inbev, comienza sus funciones en el Perú, continuando con el fabricación y distribución exclusivo de las marcas de Pepsico bebidas, dentro de ellas tenemos a Pepsi, 7up, Evervess, San carlos (Aquafina), Gatorade, Concordia, Triple kola, además ingresa con sus marcas propias como Petit, Frutaris, Jugazzo que pertenecen la gamma de Beliv.

La compañía CBC Peruana, proveedora desde el inicio de sus operaciones está en búsqueda de incrementación en la participación de mercado de bebidas no alcohólicas, de acuerdo a ello viene introduciendo y evaluando la mejora de sus procesos comerciales, inyectando una cultura empresarial que coloque en un estándar a sus principales distribuidores, también el logro de sus diferentes indicadores comerciales, uno de los distribuidores es Almacenes de la selva S.A.C. logro en el año 2016 resultados favorables y satisfactorios, mientras que en los últimos años, los diferentes cambios del mercado que se ha vuelto altamente competitivo, el factor climático, la falta de gestión en buscar la oportuna reacción para revertir los resultados, vienen alejando cada día de los objetivos trazados.

Hasta el año 2016 la empresa Almacenes de la selva S.A.C. tenía dentro de su portafolio la categoría de cerveza, la cual podríamos decir que era un considerable volumen en la participación con respecto a las ventas, a partir del año 2017 comenzaron a introducir en los sitios de expendio nuevas categorías como Still Drink (aguas saborizadas), energizantes y néctar, sin embargo este nuevo portafolio la empresa Almacenes de la selva S.A.C. no ha logrado alcanzar los resultados obtenidos por la comercialización de la categoría cerveza.

Por ellos CBC Peruana S.A., a comenzado a implementar una serie de estrategias de marketing, este plan consta de con la exhibición en los puntos de venta (PDV), colocación de Racks (anaqueles de exhibición), Equipos de frio (refrigeradoras para el enfriamiento de las bebidas), pintado de fachada, merchandising dentro de los puntos de venta, también acciones comerciales como descuentos y/o promociones y la colocación de un portafolio prioritario en la cual corresponde a la venta de una lista de productos principales en cada punto de venta.

Es por ello que el dinamismo en la actualidad en el rubro de bebidas no alcohólicas la empresa Almacenes de la selva S.A.C. tiene la necesidad de trabajar a la altura las competencias estratégicas actuales, es por eso que se razona la presente proposición de un plan estratégico para aumentar la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C.

2. Trabajos previos:

Internacional

Pacheco (2016) concluye dentro de su tesis sobre plan estratégico para mejorar el clima laboral en la compañía de la ciudad de babahoyo la distribuidora Bio Agua, basado diseñar un plan estratégico que mejore el clima laboral de la distribuidora, empleando una investigación cuantitativa, debido al uso de instrumentos de medición como la encuesta para la recolección de datos e investigación cualitativa de lo cual esta estipulados en el marco teórico, sobre plan estratégico.

Métodos de investigación: investigación prospectiva y descriptiva cuyo fin es describir las características, componentes y programaciones de la investigación sobre plan estratégico.

Método lógico deductivo. Porque se determina la deducción de la investigación para encontrar principios inexplorados, a partir de los ya descubiertos y determinar la desmotivación que ocurren en los empleados de la distribuidora “Bio Agua” de la ciudad de Babahoyo

Método Lógico inductivo, es la razón que, empezando de casos característicos, se generalizan para todos, a través de esta metodología permite la formulación de hipótesis del requerimiento de efectuar una planificación estratégica, está reflejado en la elaboración de la propuesta

Método histórico: Está emparentado al conocimiento de las diferentes fases del plan estratégico, clima laboral, que son reflejadas en las distintas posiciones teóricas de los autores nacionales y extranjeros.

Método sistémico: Está adaptado a modelar el objeto mediante el orden de sus componentes, así como las relaciones del plan estratégico y clima laboral.

En este proceso da como conclusión que el lugar donde una se reúnen personas motivadas, satisfechas debe de ser una empresa una empresa, para lograr metas a favor de la mayor rentabilidad, a menudo los colaboradores se desenvuelven en un ambiente organizacional muy discordante, muchas veces el liderazgo es el que establece el ambiente laboral.

El aporte que nos da esta tesis es un plan estratégico para mejorar el clima laboral, lo cual se resalta el trabajo detallado de los métodos utilizados la cual dio un resultado satisfactorio, llegando a concluir que el clima laboral se determina por el liderazgo.

Colmont & Landaburu (2014) afirman en su tesis el desarrollo de un plan estratégico de marketing para que las ventas aumenten en volumen. fundamentando el desarrollo del plan estratégico en la empresa, basándose en una serie de capítulos desarrollados en seguida:

En la primera parte se concluye la problemática que existe, se definen los objetivos específicos, lo que se requiere justificar, también la consecuencia y limitaciones de la investigación, para concretar los fundamentos de la investigación.

Segunda parte, encontramos la teoría donde se sustenta la investigación. Así también lo vinculado con temas de marketing, los

inicios de la empresa, la visión, misión, catálogo para los productos y servicios.

Tercera parte, se encuentra el método que se utilizó para el procedimiento de la tesis presentada.

Cuarta parte, se forma el bosquejo de lo planificado, fraccionamiento de mercado, objetivos del marketing, etc.

Quinta parte, evidencia las conclusiones logradas en el trabajo entre las cuales se hace hincapié el conocimiento sobre lo que creen y piensan los consumidores de la sucursal de Guayaquil y la planificación de marketing planteado, basado en el análisis realizado de acuerdo a los resultados. Este podrán aplicarlo por los directores de MIZPA para lograr lealtad en sus clientes.

En el trabajo de tesis se da como conclusión que al personal se le capacite respecto a la atención de sus consumidores o clientes para la mejorar del servicio brindado, también tener en cuenta una cartera de productos más grande y productos en stock, estableciendo que de acuerdo a la implementación del plan de marketing estratégico ayudara a obtener mas y mejores resultados para llegar a las metas trazadas.

El aporte brindado en el trabajo de tesis es un plan estratégico para el aumentar el volumen de ventas en la compañía, lo que podemos constatar en el trabajo es que el estudio esta realizado directamente con los clientes en el cual son el hito principal para aumentar las ventas, en el cual nos procesan toda la información que da como el resultado de que para aumentar las ventas lo principal es aumentar la empatía con los clientes, para poder fidelizarlos, tener el stock necesario y también implementar un plan de marketing.

Nacional

Alcantara (2017) en su tesis sobre la ejecución del como se debe implementar estrategias y cómo influye en la gestión de la compañía sociedad mercantil GOVESA S.A.C. basada en establecer la incidencia en la gestión de la corporación por la implementación de un plan

estratégico empleando una entrevista al gerente en donde encontré que sabía a donde quería llegar pero no sabía el cómo debido a que no tenía cierta claridad acerca de sus fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades; la empresa no tenía visión ni visión y una estructura organizacional, esto también nos da la perspectiva que la empresa no daba incentivos por desempeño a sus colaboradores.

La gerencia tenía conocimiento que se dedicaban al sector público, y que por sus contactos y un plan estratégico podían llegar a ingresar al sector privado.

Mientras que los colaboradores también el desconocimiento de la misión y la visión de la compañía y por ello tampoco tenían seguimiento a sus indicadores, tampoco algún tipo de control, debido a esto concluyen en establecer que el plan estratégico es un instrumento fundamental para el progreso de la compañía, sociedad mercantil GOVESA S.A.C, que se dedica al sección de manufacturación, quiere lograr el efectuar un plan estratégico determinado por su influencia en la gestión.

Lo que podemos percibir en esta tesis es que un plan estratégico ayudará a la empresa a tener un control de ella para poder realizar la misión y visión, que ayudará a tener existo en el futuro sembrando las bases ordenadas para el control de estos.

Delgado (2017) concluye en su tesis un plan estratégico hacia la compañía Branvecsa S.A.C. del rubro de transportes de carga pesada, detectando que el rubro de logística en el Perú evidencia mejoras considerables en los últimos años. Las cuales han logrado equilibrar y detallar de modo eficaz el rubro, aumentando la mejora de los diferentes tipos de logística en el País de acuerdo a la comunicacion de políticas, regulaciones y medios de control, de igual manera la invención y refuerzo primordial entes ordenadores, terminando de definir las funciones y compromisos de todos ellos individualmente.

La empresa de logística de carga pesada, nos presenta dentro de la compañía una gestión direccional muy deficiente esto pasa porque viene realizando una gestión habitual y sin determinar una visión futura.

Es por ello que ocurre bajas inmensas de rentabilidad en la última década, también el incremento en los gastos de la compañía que pasan por una administración sin plantearse un mismo objetivo. Sin embargo, Transportes Branvecsa tiene una gran capacidad de resolución poco ortodoxos para la solución de los problemas lo cual ha sido fundamental para los cambiar su desempeño en la gestión.

Las metas a un plazo largo concederán obtener a donde se requiere llegar, pues esta propuesta esta pactada para el año 2022 para la compañía. Puesto que están vinculados a los servicios que ejerce la compañía, debido a que mediante la exploración se ha logrado visualizar que se requiere la formación de los valores de la compañía con las metas cuales se procura conseguir, sin embargo no se logran sin una responsabilidad de los trabajadores y el rápido actuar de los ellos cuando atienden a los clientes. El cometido de los objetivos es buscar aumentar la competitividad de la empresa a través de su interrelación.

Lo cual dio como resultado final que es la diferencia de servicio de la empresa respecto a la competencia para alcanzar estos objetivos trazado.

Logramos identificar en esta tesis que el plan estrategico no solo consolidara la visión perseguida por la empresa si no también ayudara a diferenciación del servicio como hito principal para llegar a tener los objetivos trazados, como los valores integrados en los colaboradores, para fidelización de los clientes.

Julian, (2017) En su tesis de la estructuración de un plan de estrategias como herramienta principal de gestión para aumentar la competencia de la empresa Turismo Moche, empleando un diseño característico, también la metodología de inductivos, analítico y deductivo. Al finalizar el efecto de un trabajo de análisis estadístico, tambien se realizó la recolección de información que brindo el gerente general de la empresa, durante la investigación por dentro y fuera de la empresa se encontró el desorden empresarial por la falta de una organización administrativa, se descubrió una limitación con los fines y

del como y hacia donde quieren llegar, los cuales concederán enfrentar los dinámicos cambios del mercado en donde se desenvuelve, la compañía no cuenta con guías para el progreso de marketing y la aplicación para estar dentro de internet como las redes sociales, esto pasa por no tener la tecnología acorde con lo actual para mejorar el servicio que ofrece, con ello se obtendrá una metodología de gestión completada con un bosquejo organizacionalmente adecuado.

La cual estableció la ejecución del plan que accedera a la empresa ser más competitiva dentro del mercado.

Podemos obtener de esta tesis que la desorganización de la empresa es lo que mas trasciende, lo cual con el plan estratégico ayudara a obtener de manera constante un resultado positivo no solo se debe de tener como responsable a gerencia si no a cada colaborador.

Larico & Laura (2017) En su tesis Plan estratégico para la mejora de la gestión en la compañía automotriz Cisne S.R.L.

colaborando en esta empresa evidenciamos conductas y circunstancias que ponen en peligro un existo al transcurrir el tiempo; una gestión con muchas debilidades, no adecuada a los sucesos ejecutivos y estratégicos que el mercado lo requiere, desarrollando actividades que no tienen un plan previo además de procedimientos y decisiones corporativas rectas.

Observamos que en la fase V de la investigación se presento la proposición de este trabajo; una metodología estratégica para la empresa Automotriz Cisne S.R.L.

En conclusión se requiere optimizar las técnicas administrativas para afrontar los retos dinámicos de la competencia automotriz, al mismo tiempo el planificar acciones en las ventas como en la postventa, las áreas de trabajo y la organización de los cimientos, el control para obtener resultados y la orientación de los colaboradores.

En la tesis podemos obtener que el método administrativo era desordenado por el cual no se podía realizar un proceso adecuado para

la empresa, la cual no ayudara en el esquema organizacional, el control de los mismos llevaran a tener una misión y visión más consolidada.

Rosas (2015) en su investigación basado en exponer la repercusión de un plan estratégico en la gestión empresarial en el rubro turismo en toda la región de Puno, empleando cuatro capítulos: Concluyen como manifestar cuanto es el horizonte de influencia en el resultado de un plan estratégico sobre la gestión de las empresas en el rubro de turismo en Puno, se concluye en gestión empresarial con un 46% de nivel medio y un 11% deficiente nivel, mientras existe un 44% en regular nivel sobre plan de estrategia y el 29% en un alto nivel o optimo.

En esta tesis nos explica la repercusión de un plan estratégico en el sector turismo, la cual nos lleva a la conclusión que los niveles de gestión y estrategia son regulares, los cual se intensificaran con la investigación, debido a que el planeamiento repercute en la gestión esto a un 5% de significancia.

Narvaez (2014), De acuerdo a su tesis se basó en instrumentos de la investigación como encuestas y la entrevista para demostrar la hipótesis, en la cual el planeamiento estratégico es el principio para entablar un orden y coherencia en los objetivos estrategias, políticas tácticas y direcciones en tiempo y espacio, teniendo en cuenta los efectos mecánicos y trabajos para llegar a los objetivos, teniendo como conclusión que la mayoría de las empresas se adaptan a las tomas de decisión por partes de la gerencia, por lo que no son efectivos. Se recomienda que, en las implementación de talleres y otros que tienen relación con la gestión de la empresa también se incluyan en la participación a los altos cargos de las empresas en unión con sus colaboradores para que logren mejorar su gestión en la administración.

Podemos determinar en la tesis que la intervención de las altas direcciones es fundamental para llevar no solo el control del plan, si no también ayudaran a mejorar el perfil y gestión administrativa.

Regional

Ortiz & Ortiz (2016), lo que quiere obtener en su tesis un plan de estrategia organizacional hacia la Institución Educativa No Escolarizado “Manuel Pardo” que esta situada en la ciudad de Olmos, para que funcionen en un orden las actividades institucionales encaminando el fiel rumbo de los objetivos para las que se fundo la institución educativa, mejorando la gestión administrativa. Podemos decir que al finalizar la investigación la conclusión para la mejora es que la comunicación entre los administrativos y trabajadores mejore y esto aumentara el desempeño y aumentara la rentabilidad.

La presente tesis nos da a conocer la importancia del plan estratégico antes mencionado en la institución la cual no solo se enfoca al orden si no a la comunicación efectiva por cada una de las áreas para la integración de la misma, es importante recalcar este tema porque en las anteriores tesis, nos daban un enfoque mas de orden.

Acosta (2016), En su investigación de tesis tiene como objetivo diseñar un plan estratégico para la cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Cristo de Bagazán en la ciudad de Moyobamba buscando aumentar la fidelidad de los clientes, basándose en el principio teórico “La Teoría de las necesidades”, es ampliamente utilizada en el área de la psicología clínica; también se ha vuelto una de las fundamentales teorías en el área de la gestión empresarial, la motivación, el desarrollo y la conducta, evidencia como conclusión la identificación de cuatro pilares sus áreas de trabajo principalmente son: Organizacional, contabilidad, infraestructura, Finanzas, Sistemas - Comunicaciones y Negocios, todas deben tener una eficiente conexión y aumentar su interrelación.

En la tesis utilizan un plan estratégico adaptado para la fidelización, la cual esta demasiado desgastada debido a la gran oferta del mercado respecto a los clientes, esta empresa cuenta con una cartera de clientes que está en expansión y la fidelización de los clientes son la base principal.

3. Teorías relacionadas al tema:

3.1 Plan Estratégico

comienza en los inicios de los años 60 y muestra ser la mejor manera de ejecutar y efectuar estratégicamente métodos que optimen el negocio empresarial, involucra apartar el pensar en lo que se tiene que realizar. (Mintzberg, 1994), El plan estratégico no es conciencia estratégica se enreda hacia donde se requiere llegar con el manejo de lograr los objetivos. La planificación estratégica es una metodología sistemática de mejora e ejecución de planes para el alcance de los objetivos trazados. En las empresas es fundamental ya que es la guía que todos deberían de seguir empresarialmente. Se requiere conocer y evidenciar los problemas a afrontar en el plan sin confundir las proposiciones que se lograrían con los referidos planes. Debemos realmente conocer la diferencia entre un propósito y un problema.

Martínez & Milla (2012), Cualquiera de los asuntos conocemos de actividades comerciales rentables con buenos resultados y que de pronto se paralizan luego hasta entran en banca rota. Indagamos ¿Se podría conocido el final para cambiar el rumbo? ¿son malas decisiones o es porque estada destinado? Con seguir lo planificado se puede cambiar el futuro incierto. El transcurso empresarial hacia la competitividad más agresora, exige estar al tanto de lo que ocurre en el tiempo. La toma de obtener un plan estratégico es la pretensión de ser planificado, de establecer los metodos para el desarrollo de la empresa.

La planificación estratégica es un adiestramiento para señalar el futuro de la empresa, este puede ser completo en el diseño hacia dónde se dirige la organizacion y lo fundamental, comunicar todos planes, compararlos y convencer al resto de los trabajadores de la empresa, esto formara el camino hacia la visión establecida. La planificación estrategica da superioridad para cualquier organización:

- ✓ Requiere que la gerencia actúe sistemáticamente.
- ✓ Da a conocer las oportunidades y debilidades que se pueden mejorar.
- ✓ aumenta el ángulo de tendencia y el progreso de la organización.
- ✓ Aumenta la coordinación notablemente a la hora de incluir acciones.
- ✓ La comunicación de los trabajadores aumenta considerablemente.
- ✓ La planificación estratégica abastece un cuadro total la cual es favorable para la investigación perenne de acciones.

El procedimiento estratégico es reiterado, retroalimentado, interactivo, y viable a ser examinado en el instante que se deba. requiere de la cooperación de los trabajadores con alto mando de la empresa, las cuales deben de tener un conocimiento basto de todas las características de la empresa en especial de la principales, de la competencia, y del mercado, que crean la iniciativa a mejorar las competencias de la empresa. El plan estratégico se precisa en 3 fases:

3.2 Etapas del plan estratégico:

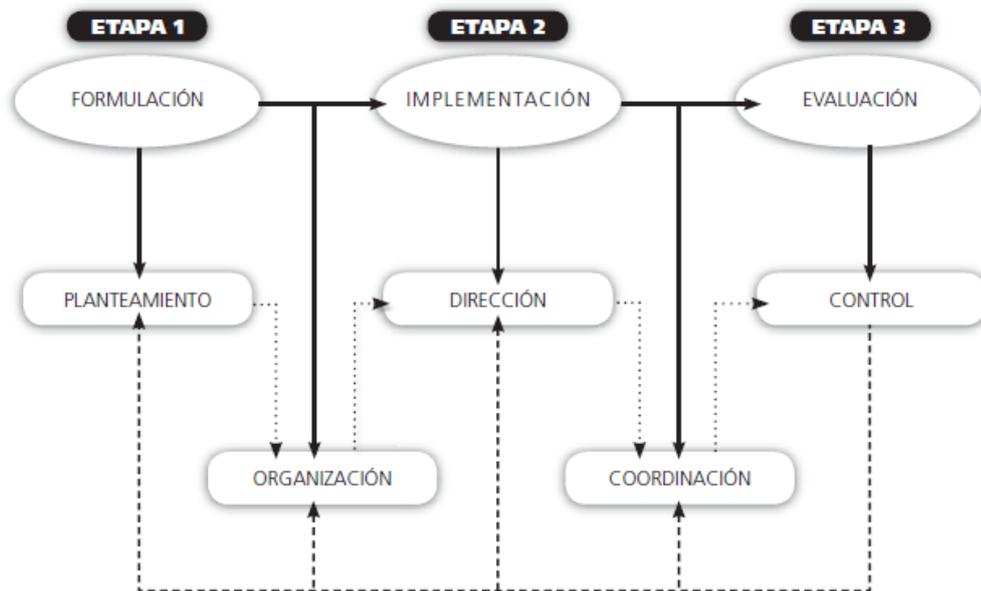


Figura 1 Etapas del plan estratégico

Fase 1. Formulación, para desarrollar el planeamiento empezando la organización, estas dos dimensiones conforman el plan estratégico.

Fase 2. Implementación, la constituyen las dos dimensiones que es dirección y coordinación. Los dos caracterizan la guía del plan estratégico.

Fase 3. Evaluación, lo fundamental es control y la corrección en su totalidad en el método estratégico, ambos denominan el control de la estratégica.

A. Procedimiento y Planteamiento:

Se tiene que comenzar con establecer la misión y visión de la organización; enunciando los beneficios organizacionales, sus valores, y el proceder. La apreciación de los elementos internos y externos que tal vez puedan ser que intervengan en la empresa, la objetividad de las metas estratégicas de un largo periodo; y terminará con la evidencia y

caracterización de estrategias determinadas que darán, al efectuarse, aumentar la capacidad de la organización en el espacio local y/o global para lograr el objetivo que se diseñó, también llamado visión de la empresa.

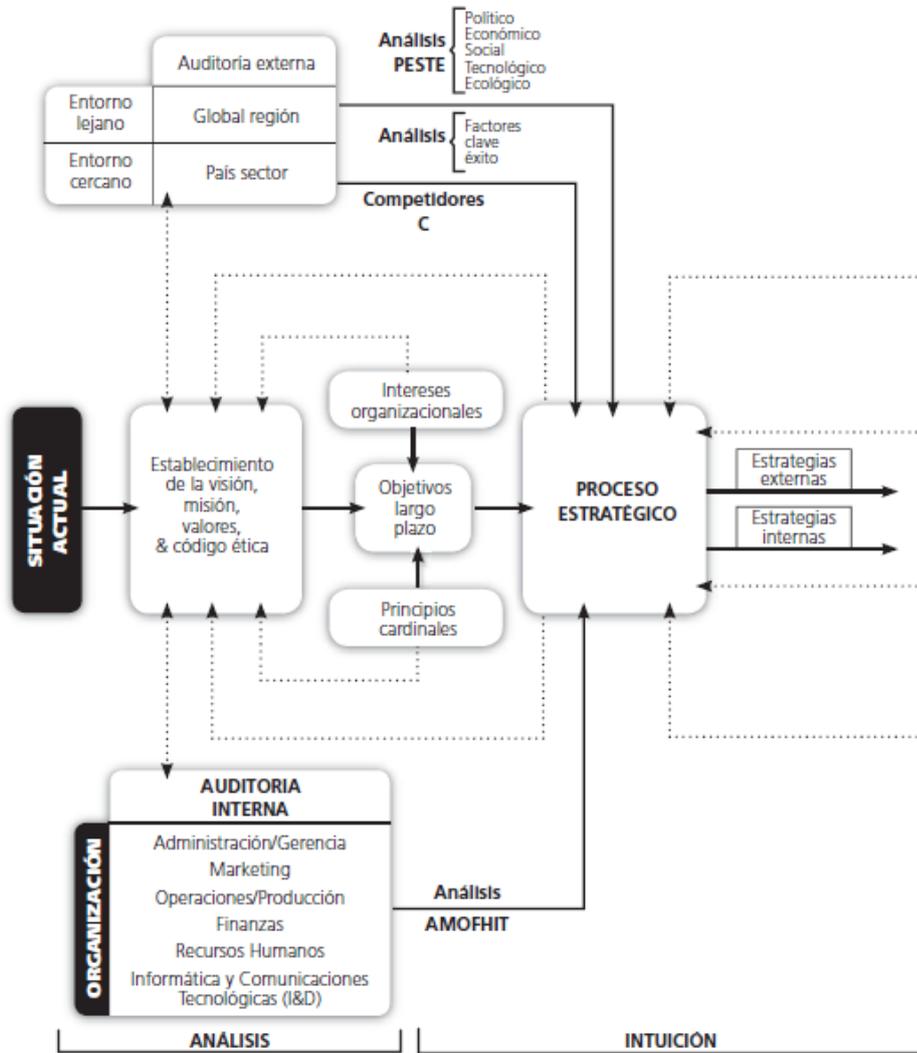


Figura 2. El proceso estratégico – Formulación

B. Implementación y Dirección:

La dirección de estrategia se divide en 6 partes a desarrollar en la cual se organiza las estrategias tanto por dentro y fuera como a continuación se detalla:



Figura 3. La dirección estratégica – Implementación

C. Evaluación y Control:

En el control de la estrategia se quiere concretar los deslices o casos puntuales que se hallan entre lo realizado y lo proyectado. Esto se ejecuta en el principio del método y lo determina las operaciones de control. Es conveniente tener una tabla de control equilibrado tanto en la evaluación, examinar si están logrando los objetivos en el transcurso del tiempo. La auditoría tanto interna como externa es fundamental. Se tiene que realizar las decisiones correctoras para concretar los detalles del objetivo fundamental de esta fase.

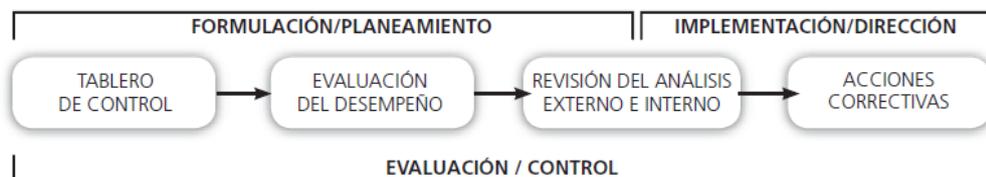


Figura 4. El control estratégico – Evaluación

Bosquejo del proceso estratégico:

Tiene una guía continua y ordenada. Lo resaltante en el bosquejo es recalcar la representación de expectativa con que se afronta el método. Las estrategias son la ruta que sobrelleva al escenario futuro

y deseado, influenciado por el ambiente, con escenarios que interrelacionan y afrontan por la organización. Las estrategias están trazadas hacia el lograr los objetivos a largo del tiempo, contenidas en una misión y una visión.

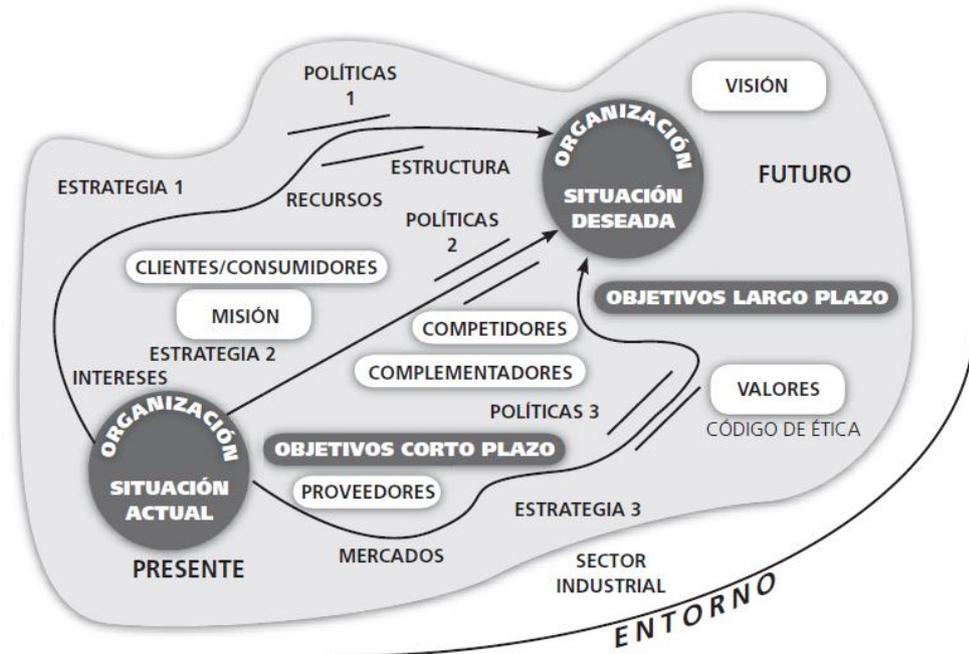


Figura 5. El proceso estratégico.

3.3 Gestión empresarial

Luna (2014), La gestión organizacional en una metodología, se fundamenta no solo para transformar culturas por un grupo de individuos con el fin de lograr consecuencias seguras y financieras. Se prefiere que las acciones se basen a los resultados que se quiere llegar a tener y de los capitales que se dispone, a las finales se certifica la obtención de los recursos. La organización necesita un plan y inspección que ayude a despejar la misión la visión y los objetivos, las estrategias, las políticas, los presupuestos, los programas y los procesos con un horizonte estratégico de la gestión.

También las operaciones conllevan a las metas a obtener, a su vez establecen los requerimientos a conocer. La gestión organizacional consigue lo que se da a continuación:

a) Identificación:

Es la administración de los requerimientos por indemnizar, establece la visión, la misión, los valores, los procedimientos, los objetivos, las políticas, los programas, las estrategias y los presupuestos, que tienen que ser logrados para indemnizar los requerimientos a través de eficientes operaciones.

b) Organización:

Tiene que ser eficiente, contiene la votación entre las que pueden ser las operaciones, teniendo en cuenta los medios utilizables y los que podrían ser los recursos del futuro.

c) Ejecución:

Es la disposición de utilizar un mando capaz de informar y ocasionar el proceder para inducir a los colaboradores.

d) Control:

Su objetivo principal tiene que ser afirmar que se consiga la organización con los métodos conocidos y también la adecuada decisión.

De acuerdo a las anteriores partes que se unen una con otra, queda fija en la tendencia actual y posterior de la gestión estratégica. La gestión de negocios es para guiar las metas de la organización y de la misma manera es una herramienta para valorar. Coexisten diferenciaciones significativas entre los planes estándar y actual de control de gestión. En primer lugar incluye el control operacional y a su vez se resuelve a través de una metodología de comunicación en correspondencia con la cuenta de costos, mientras que en segundo lugar se conjunta compendios por demás y evidencia una continua interrelación entre el total.

La gestión de negocios es un instrumento cuyo método determina a la empresa, ser activa con nuevas ideas en el planeamiento visionario, se tiene que estar al tanto de lo sucedido entre el medio para alcanzar los mejores efectos con los medios disponibles. Es decir, es el método de trazar el futuro para que pueda ocurrir (Prieto, 2011).

4. Formulación del Problema

¿De qué manera la propuesta de un Plan Estratégico 2019 - 2021 mejorará la gestión empresarial de Almacenes de la selva - Tarapoto?

5. Justificación e Importancia

Dado los continuos cambios respecto a las empresas por las mejoras no solo del factor ventas, rentabilidad en el entorno, determinados por la alta competitividad, las organizaciones por mantener la posición no es bastante, debido a que la propia estándar del ambiente terminara en que ocurra a la empresa la paralización sin dejar de pensar en que se retrocederá, esto se dará de acuerdo a que empresas con ideas por mejorar y también con un plan futuro ayudara a que subsistan, después a la comercialización de productos de bebidas gaseosas, isotónicas, y agua tenemos a las marcas de los principales competencias Pepsi, Kola Real y Coca Cola, San Luis ,Cielo, San Carlos, Vida, Powerade ,Sporade yGatorade, Frutaris, Aquarius y citrus, estas marcas batallan por ganar participación de mercado, fidelizar a los consumidores y contar con una mayor percepción de su marca en los consumidores.

Almacenes de la selva S.A.C, comercializadora exclusiva de CBC Peruana, colaborador de las marcas de PepsiCo en el sector bebidas & Beliv, todos los días promueve acciones de mercado, tácticas para el ingreso de nuevos productos haciendo frente a los competidores del mercado, el tratar de lograr objetivos, por lo que CBC Peruana esta en la necesidad de un empresario comercial que vaya acorde a la competencia actual, es por esto que se propone un plan estratégico

para mejorar de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A., se tratara de implementar movimientos de planificar la empresa para su progreso de forma continua con proyección futura y el logro de su visión determinada.

6. **Hipótesis.**

La propuesta de Plan Estratégico 2019 – 2021 permitirá mejorar la gestión empresarial Almacenes de la Selva – Tarapoto.

7. **Objetivos**

7.1 General:

Proponer un Plan Estratégico 2019- 2021 para la mejora de la gestión empresarial Almacenes de la Selva – Tarapoto.

7.2 Específicos:

- Diagnosticar la gestión presente de la empresa Almacenes de la selva S.A.C.
- Identificar el análisis FODA y PEST de la empresa Almacenes de la Selva S.A.C.
- Identificar las estrategias o planes de acción para la empresa Almacenes de la selva S.A.C.
- Diseñar el plan estratégico de la empresa Almacenes de la Selva S.A.C.
- Validación del plan estratégico de la empresa Almacenes de la Selva S.A.C

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

2.1.2 Tipo de investigación:

A.- Descriptivo

Detalla los tipos y los perfiles de las agrupaciones y objetos que se sometan para el examen. Calcula datos de forma individual o vinculada entre las variables a trabajar. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

B.- Propositivo

Usa grupo de herramientas y procesos con el fin de establecer y solucionar dificultades. (Fernández, Hernández & Baptista, 2010).

2.1.2 Diseño de Investigación:

Transversal con corte en el tiempo, porque recolecta datos en un determinado momento. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Descriptiva, ya que se describirá el escenario actual que tiene la empresa con relación a la gestión. La investigación es de característica descriptiva, de acuerdo a Fernández Hernández y Baptista (2010) tiene como fin investigar la incidencia de las particularidades o niveles de una o más variables en una población, es por ello que el caso en estudio se representa en la situación actual que tiene la compañía como objeto de estudio y que requiere para su mejora mediante la proposición de un plan estratégico.

Propositiva, debido a que se elaboró una propuesta de plan de estratégico para mejorar la gestión empresarial en la empresa.

La investigación propositiva según Fernández, Hernández y Baptista (2010) conquista de cómo realmente debería ser las cosas para lograr fines y funcionar convenientemente. Para el caso de estudio, a partir del estudio descriptivo se identificó el requerimiento y se planteó una solución de acuerdo de la propuesta de un plan estratégico. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), lo que se trabaja en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos. El diseño de investigación del cual se ha hecho uso es el diseño de carácter no experimental, ya que no se someterá a ninguna prueba. Se uso el siguiente diseño siendo su esquema el siguiente:



Donde:

M = Muestra

O = Observación

P = Propuesta

2.2 Identificación de variables

2.2.1 Variable Dependiente

La Gestión Empresarial

Definición: (Luna, 2014) grupo de metodos y trabajos estos proyectaran, organizaran, administraran y controlaran las acciones que se despliegan en cada una de las áreas de la empresa, con lleva a la producción de servicios o bienes para lograr entradas y lucros en el contratante.

2.2.2 Variable independiente

Plan Estratégico

Definición: metodología que abrevia el horizonte de estrategia y organización en el posicionamiento existente y la vision de la empresa.
(Martínez & Milla, 2012)

2.2.3 Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Factores	Indicadores	Ítems	Valorización	Escala	Instrumento
V. Independiente Plan Estratégico	Formulación y Planteamiento	Visión - Misión Valores - Códigos ética	Objetivos de largo plazo Análisis / Identificación Formulación	1, 2 y 3	No óptimo 3 - 7 Regular 8 -11 Óptimo 12 - 15	Likert	Cuestionario (Adaptado de Rosas <i>et al.</i> 2015)
	Implementación y Dirección	Estrategias Internas Estrategias Externas	Objetivos a corto plazo Políticas Estrategias Motivación	4, 7, 8, 11, 26, 27 y 28	No óptimo 7 - 17 Regular 18 -25 Óptimo 26 - 35		
	Evaluación y Control	Evaluación de Desempeño	Análisis Estratégicos Proyecto	5 ,6, 9, 10, 12, 13, 30 y 33	No óptimo 8 - 22 Regular 23 -30 Óptimo 31 - 40		
V. Dependiente Gestión Empresarial	Identificación	Visión - Misión Objetivos / Valores Estrategias Políticas Presupuesto	Guia estrategica	19 y 20	No óptimo 2 - 4 Regular 5 -8 Óptimo 9 - 10	Likert	
	Organización	Estructura Procesos Recursos	utilizacion de capitales de coordinación	16, 17, 18, 22, 29, 31 y 32	No optimo 7 - 16 Regular 17 -23 Óptimo 24 - 35		
	Ejecución	Liderazgo Motivación Talento Humano	Toma de decisiones	23, 24, y 25	No optimo 3 - 7 Regular 8 -11 Óptimo 12 - 15		
	Control	Pautas Medidas correctivas	Retroalimentación y control	14, 15 y 21	No optimo 3 - 7 Regular 8 -11 Óptimo 12 - 15		

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población:

La población está constituida por su totalidad de los trabajadores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. de la sede de Tarapoto por ser la sucursal principal. Los criterios de inserción y excepción que están considerados para delimitar la población se dan a continuación:

- Sexo: femenino y masculino.
- Ciudad: Tarapoto por ser la sede principal.
- Edades están entre los 18 y 65 años de edad.

Tabla 1. Población de colaboradores de la empresa Almacenes de la Selva S.A.C

Ciudad	Trabajadores
Jaén	23
Moyobamba	5
Tarapoto	18
Pucallpa	29
Total	61

Fuente: Almacenes de la Selva S.A.C.

2.3.2 Muestra:

Se utilizara un muestreo al azar simple debido a que la muestra es probabilística, comprendiendo la misma posibilidad de ser seleccionados. (Fernández, Hernández & Baptista, 2010)

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

Donde:

N = tamaño de muestra

N = tamaño de población = 61

Z = nivel de confianza = 95%

e = error de muestra = 5%

p = probabilidad de éxito = 50%

q = probabilidad de fracaso = 50%

$$n = \frac{(1.96)^2 * 50^2 * 61}{(5)^2 * (61-1) + (1.96)^2 * 50 * 50}$$

n = 53

En donde se determinara como muestra los 53 colaboradores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. de la sucursal de Tarapoto.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Tabla 2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos por variable

Variable	Técnica	Instrumento
Planeamiento Estratégico	Encuesta	Cuestionario
Gestión Empresarial	Encuesta	Cuestionario

Fuente: Realizado por el autor

- Encuesta

Es un instrumento en la que se establece tipos de cálculo de tiempo y eficacia. (Vara, 2012)

- Cuestionario

Reside en un grupo de interrogaciones en relación a una serie de variables a calcular. (Fernández, Hernández & Baptista, 2010).

2.5 Método de análisis de datos

La recolección de datos en la variable a estudiar se procesó para ser tabuladas en Excel, en una hoja para calcular, luego también se utilizó el software SPSS 22.0, los cuadros estadísticos se realizaron para obtener porcentaje por cada clase de la variable independiente y dependiente.

El instrumento tubo su validación de acuerdo a criterio de jueces.

Respecto a la confiabilidad se utilizó el estadístico “Alfa de Cronbach”, en donde se realizó la consistencia de 33 ítems, en donde se aplicaron a 15 colaboradores conformando la muestra piloto en la compañía Almacenes de la selva S.A.C., para luego ser procesado por el software SPSS 22.0.

Confiabilidad

Tabla 3. Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100
	Excluido	0	0
	Total	15	100

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Cuestionario piloto ejecutado a la empresa Almacenes de la selva S.A.C

Tabla 4. Estadísticas de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.953	33

Fuente: Cuestionario aplicado a la muestra piloto a la empresa Almacenes de la selva S.A.C.

De acuerdo a la información, evidenciamos que el coeficiente de Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.953, es de acuerdo a ello que los ítems se correlacionan a nivel excelente.

De acuerdo a ello podemos afirmar a un 95.3% que es un instrumento es de mucha confiabilidad.

2.6 Aspectos éticos

Esta tesis se ejecutó con la aspiración de contribuir con un importe adherido a la empresa Almacenes de la Selva S.A.C., opinamos que tiene la proporción de desarrollarse en el mercado y fomentar cultura empresarial.

III. RESULTADOS

Objetivo: Proponer un Plan Estratégico 2019- 2021 para la mejora de la gestión empresarial Almacenes de la selva S.A.C. – Tarapoto

Figura 6: Nivel de planeamiento estratégico en la empresa Almacenes de la selva S.A.C.



Evidenciamos en la figura que el nivel mas predominante es el regular conocimiento del plan estratégico con 55% seguido de los niveles optimos y no optimos con 23%, también podemos decir que el conocimiento del plan estratégico es muy disperso de acuerdo que no esta bien definido por los colaboradores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C.

Figura 7: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Formulación y planeamiento.



Podemos observar en la figura 06 que el 53% de los colaboradores tienen un conocimiento regular de la dimensión formulación y planeamiento del plan estratégico, mientras que también evidenciamos un 30% de los colaboradores que tiene un nivel no óptimo de conocimiento de la dimensión, mientras que un 17% tiene un nivel óptimo, podemos evidenciar una falta de conocimiento en la dimensión ya que existe una dispersión y un porcentaje considerable en los niveles bajos.

Figura 8: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión implementación y dirección.



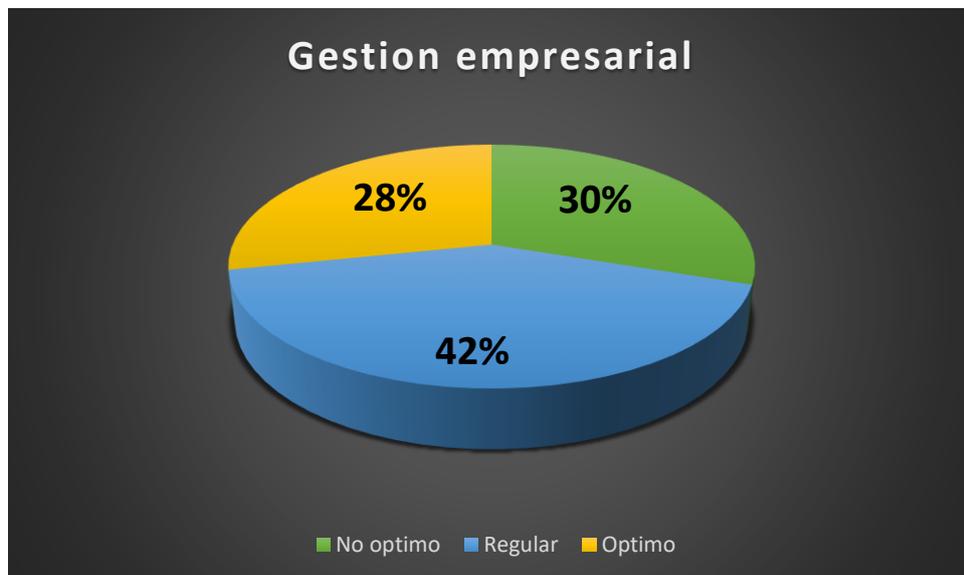
Se evidencia en el grafico 07 que el nivel de conocimiento sobre la dimensión implementación y dirección con mayor porcentaje es regular con 57%, seguido de un 26% que tiene un conocimiento no optimo y solo un 17% de los colaboradores tiene un conocimiento optimo, es claro notar una deficiencia de el conocimiento de los análisis PEST y matriz FODA, es demasiado bajo.

Figura 9: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión evaluación y control.



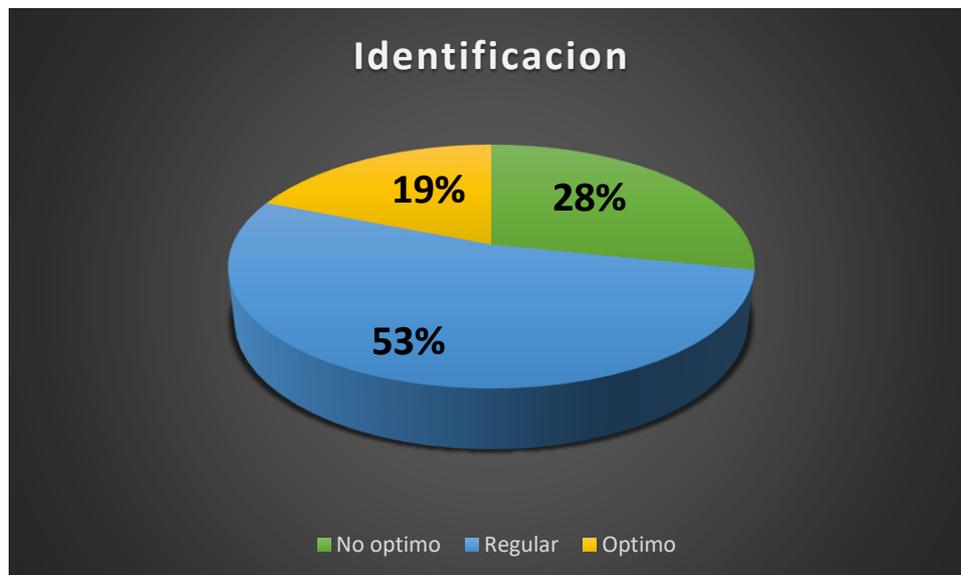
En la figura evidenciamos un 60% de conocimiento regular en la dimensión mientras que un 21% en el nivel no optimo y 19% en el nivel optimo, en cuanto a la dimensión evaluación y control se tiene un porcentaje considerable en el nivel de conocimiento regular en la cual los colaboradores tienen estimado que la evaluación y control aportara para la mejora del plan estratégico.

Figura 10: Nivel de gestión empresarial de la empresa Almacenes de la selva S.A.C.



Evidenciamos un porcentaje alto en el nivel regular en gestión empresarial con 42% seguido de 30% en el nivel no optimo y 28% en el nivel óptimo, podemos decir que el conocimiento de gestión empresarial en los colaboradores de empresa no está bien definido.

Figura 11: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Identificación.



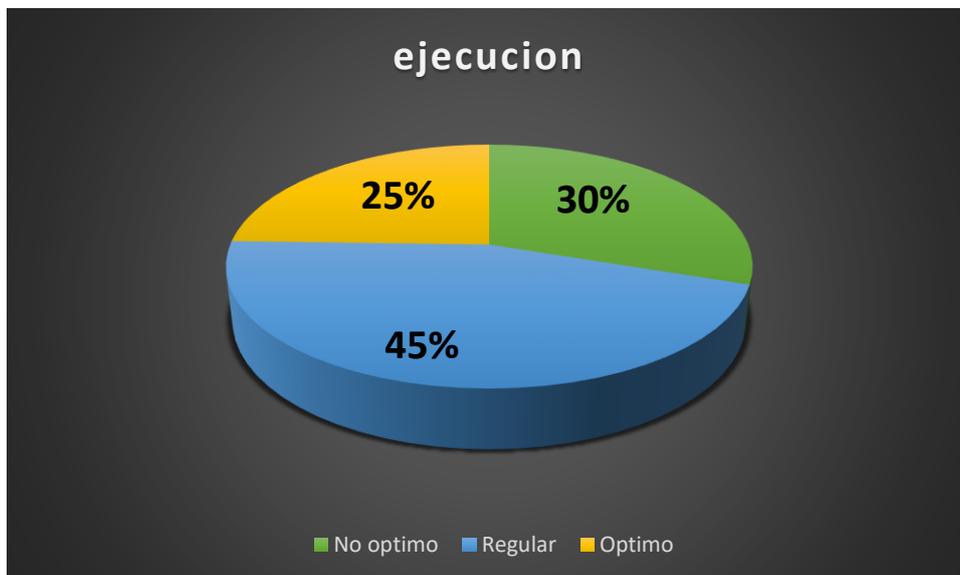
Podemos evidenciar un porcentaje de 53% en el nivel regular de conocimiento en la dimensión identificación, seguido de un 28% en el nivel no optimo y 19% en el nivel no optimo en los colaboradores, lo cual evidencia una dispersión en cuanto a los estrategias, objetivos, las metas, políticas y el plan de acción.

Figura 12: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión organización.



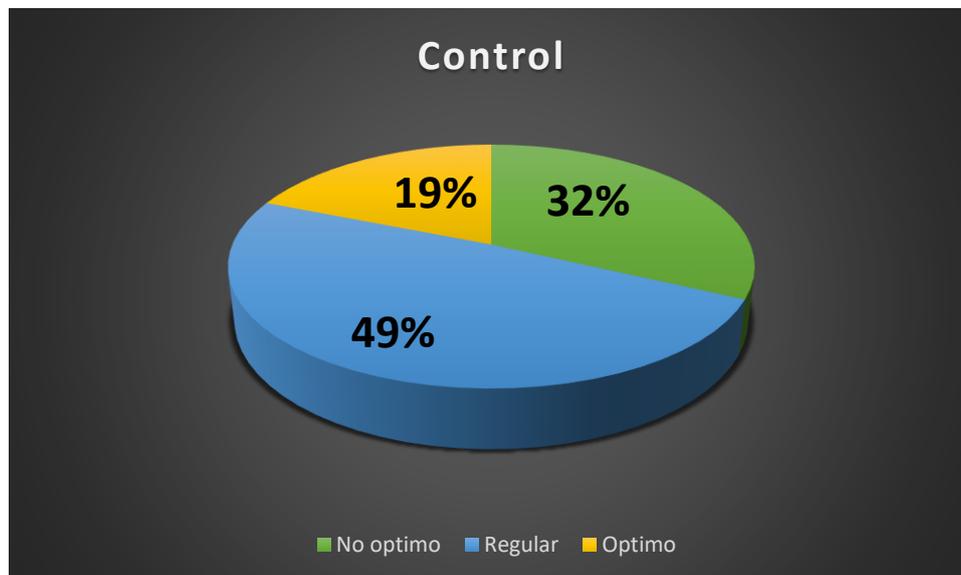
Observamos un empate en el porcentaje en los niveles de conocimiento no optimo y regular con un 36%, y un 28% en el nivel óptimo, se evidencia que los trabajadores de la organizacion almacenes de la selva S.A.C. sostienen bajo conocimiento de organización de la empresa. También, ellos no tienen conocimiento en la producción de manuales ni en propociones de gestión de la compañía.

Figura 13: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión ejecución.



En dimensión ejecución el 45% de los colaboradores tienen un conocimiento regular, un 30% de nivel no óptimo y solo un 25% de nivel óptimo, se muestran distanciadadas opiniones por la toma de disposiciones, la comunicación y si los altos mandos utilizan un modo interactivo.

Figura 14: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión control.



En la figura podemos observar que en la dimensión control existe un porcentaje considerable en el nivel regular con 49%, 32% en el nivel optimo y solo un 19% en el nivel óptimo, tienen un bajo conocimiento acerca de la gestión empresarial pero también afirman que la compañía tiene un sistema de seguimiento de inventarios, finanzas y comercial.

IV. DISCUSIÓN

En esta tesis nos dio a conocer el horizonte de conocimiento que tienen los colaboradores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. - Tarapoto, de las dimensiones del plan estratégico y de la gestión empresarial. Los resultados los mostramos en 13 gráficos que se pueden prestar atención en la división III, En la Formulación y Planteamiento según D'Alessio (2008) se debe establecer la visión y la misión, los intereses organizacionales, los valores, evaluar los factores internos y externos y determinar los objetivos estratégicos, la figura 6 recalca un 53% que tiene un conocimiento bajo sobre el análisis de la empresa, el 30% conoce un nivel promedio de la visión de la compañía y un 17 % si conoce suficiente los valores que promueve la compañía. En la Implementación y Dirección, la gerencia debe desarrollar pasos críticos que orienten a organizar y coordinar las estrategias internas y externas (D'Alessio, 2008), la figura 7 nos detalla donde la gran parte de colaboradores conoce de manera muy baja respecto a un análisis FODA, PEST, la estructura de un plan estratégico y los procedimientos que tiene la compañía a largo de los plazos. Sobre la Evaluación y Control según D'Alessio (2008) se debe cerrar los detalles que se encuentren entre lo planeado y lo ejecutado, se plantea acciones de supervisión, en la figura 8 observamos que gran parte de los colaboradores conoce medianamente los indicadores que tienden a ser estimados para el cumplimiento de los objetivos, que el plan actual es óptimo para la compañía, además que el plan estratégico mejorara la gestión de la empresa y que la compañía evalúa la ejecución de un plan.

De acuerdo a la gestión empresarial en sus dimensiones, la forma de diseñar el futuro y hacer que suceda (Prieto, 2011), se puede observar en la figura 9 que el 42% precisa sus un nivel regular en conocimiento de la dimensión y un 30% define como poco conocimiento, con respecto a la Identificación, es la gestión de los requerimientos por satisfacer, los objetivos, las estrategias, las políticas y los procedimientos (Luna, 2014).

En la figura 11 puntualiza la Organización que la gran parte de los colaboradores no han participado en la producción de manuales y proposiciones de gestión, desconoce las partes de la gestión empresarial y no tienen un organigrama. Según Luna (2014) en la Ejecución se debe utilizar un liderazgo capaz de informar y motivar para así actuar por persuasión, en la figura 12 se detalla que el 36% conoce regular y no optimo la dimensión, seguido de que el 28% conoce bastante que la toma de decisiones es rápida y pertinente. En la figura 13 detalla el Control donde se observa el poco conocimiento sobre el control seguido de la gestión y los itinerarios con un 49% y 32% respectivamente, mientras que el 19% conoce bastante que la compañía cuenta con un sistema de control en sus ventas e inventarios.

Por lo que este análisis de la investigación se base a los resultados se deriva a que se debe mejorar el horizonte de conocimiento del plan estratégico en sus aspectos, además del conocimiento en la gestión empresarial de sus 4 aspectos: identificación, organización, ejecución y control, para ello se plantea la propuesta de un plan estratégico para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C. un 28% afirma esta medida, mientras que un 42% lo cree en un nivel promedio y solo el 30 % considera de manera baja esta medida.(Figura 9)

Para una organización es vital ya que sobrelleva a ejecutar un análisis de la situación general de la compañía, a establecer qué es lo que busca la organización, visión, cual es el intención de la organización, misión, para un adecuado y ético desempeño, a ejecutar un examen interno (FODA) y externo (PEST), para que después de este trabajo hagamos planes de acción, estrategias para el logro de objetivos y que en el transcurso estos planes se evalúen y fiscalicen. Es por esto que la gestión empresarial es la que debe identificar, organizar, ejecutar y controlar a los trabajadores, en este caso de la empresa Almacenes de la selva S.A.C.

V. CONCLUSIONES

1. La propuesta de un Plan Estratégico para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., es factible dado que los resultados del cuestionario aplicado indican que sus trabajadores no tienen un conocimiento despejado acerca de estas herramientas gerenciales, como si lo son el plan estratégico y la gestión empresarial.
2. Acerca del diagnóstico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. los resultados de la encuesta aplicada indican una alta dispersión entre los conocimientos de la visión, los valores, las metas, objetivos y estrategias que aplica la empresa Almacenes de la selva. Se debe enseñar a cada uno de sus colaboradores, lo que se quiere y busca lograr en un futuro y cuál es la finalidad de la empresa.
3. Se identificó que los colaboradores de Almacenes de la selva S.A.C. no tienen una participación en la elaboración del análisis PEST y la matriz FODA por lo que se debe buscar una participación activa de los colaboradores para que conozcan la situación actual de la empresa y así concientizarlos para el logro de objetivos.
4. Se identificó una alta dispersión entre los planes de acción de un área específica y los planes de corto, mediano y largo plazo de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. por lo que se debe ejecutar una comunicación efectiva y persuasiva a todos sus colaboradores para alcanzar las metas establecidas.
5. En cuanto al diseño de evaluaciones de control a los planes de acción se debe plantear acciones de supervisión como el control semanal, mensual, trimestral, semestral y anual y así corregir los detalles entre lo planeado y lo ejecutado.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la Almacenes de la selva S.A.C.. realizar un plan estratégico para la mejora de la gestión empresarial, así estar a corde con la alta competencia que el mercado exige.
2. La empresa Almacenes de la selva S.A.C., debe transmitir a sus trabajadores para que asuman el compromiso y asumir su rol en el ejercicio de sus labores, además de evaluar y controlar los resultados por etapas.
3. A su vez se recomienda que los altos mandos de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. sea más participativa y que las comunicaciones sean más controladas y participativas hacia todos sus trabajadores.
4. Se aconseja que la empresa Almacenes de la selva S.A.C., debe establecer la organización y optimizar cada uno de los aspectos detallados en el cuestionario que se aplicó.

VII. PROPUESTA

PLAN ESTRATEGICO ALMACENES DE LA SELVA S.A.C.

2019 -2021

1. Introducción.

A través de la información alcanzada gracias a los colaboradores encuestados de la empresa Almacenes de la selva S.A.C., se establece que obtener un plan estratégico para la compañía, es viable y, por lo tanto, el objetivo general de la investigación es aceptado.

De esta manera se plantea desarrollar la propuesta del plan estratégico en 3 etapas. En primera fase se formulará la visión, misión, valores corporativos, evaluación externa (PEST), evaluación interna (FODA) y las estrategias del negocio. En la segunda fase se debe desenvolver la puesta en marcha de las estrategias en el período 2019 - 2021 y finalmente en la tercera fase valorar y controlar las estrategias planteadas desde el inicio.

Actualmente la empresa se desempeña a través de planes de crecimiento y ajustes en los costos para obtener un resultado favorable en la operación, carece de un plan estratégico o un manual de organización y funciones, esta falta de supervisión y control en algunos procesos alejan el logro de objetivos. La empresa debe poner mayor énfasis en la comunicación efectiva desde la primera línea de mando hasta los ejecutores, quienes son los actores responsables de obtener los resultados y de brindar el servicio de la empresa.

Se presenta la propuesta de un plan estratégico para el período 2019 – 2021, en estos 3 años se espera cumplir con objetivos a mediano plazo y no buscar resultados inmediatos y a su vez se recomienda ajustar desarrollar los planes de acción, con cada área de la empresa.

Almacenes de la selva S.A.C.

Es una empresa familiar peruana del Grupo Peramas Sanchez, instituida en el año 1999, especializada en el rubro de distribución mayorista de abarrotes y bebidas, actualmente es uno de los principales centros exclusivos de distribución de CBC Peruana S.A., quien es el principal embotellador de PepsiCo y a la vez socio estratégico de AMBEV y Beliv.

Almacenes de la selva S.A.C., inicia sus operaciones en Tarapoto y a lo largo del tiempo expande sus operaciones a Moyobamba, Jaen, y en el 2017 inicia sus operaciones en Pucallpa, con la distribución de las marcas de PepsiCo Bebidas y Beliv, como Pepsi, 7up, Concordia, Triple Kola, Evervest, San Carlos, Gatorade, H2OH, Frutaris, Petit y Jugazzo. La empresa cuenta con una planilla de 61 trabajadores, entre su fuerza comercial, área de distribución, almacén, logística, finanzas, recursos humanos, sistemas, legal y contabilidad.

La empresa viene haciendo frente a una alta competencia de sus principales competidores como Arca Continental, distribuidor de la marca de Lindley, con Coca Cola e Inka Kola y Grupo Aje, conjuntamente de enfrentar una tendencia del consumidor a preferir bebidas más saludables.

Por lo que la propuesta de un plan estratégico intenta ayudar a la empresa a lidiar al mercado competitivo, en esta situación mantener una posición no es suficiente, porque la adecuada corriente del entorno provocará un retroceso en los resultados económicos, como es el caso de la Embotelladora San Jorge, que vendió la marca Perú Cola al Grupo Aje. Se debe buscar la máxima eficiencia y dejar atrás a la competencia.

2. ETAPAS:

2.1 PRIMERA ETAPA: Formulación y Planteamiento

Dada la introducción y situación actual de la empresa Almacenes de la selva S.A.C., se plantea como:

- **Visión:** Ser una empresa guía que brinde satisfacción a sus clientes, colaboradores y proveedores.

- **Misión:** Brindar calidad de servicio, a tiempo y con excelentes productos para cubrir los requerimientos del mercado.

- **Valores corporativos:**
 - Con aptitud de liderazgo capaz de solucionar los requerimientos del mercado.
 - Con formalidad en la responsabilidad con nuestro cliente.
 - Confianza con nuestros proveedores.
 - Con actitud de asistencia entre trabajadores.

- **Análisis PEST:** en este análisis se examina la marca del elemento externo, donde se debe conservar revisando las principales tendencias del mercado en los aspectos:
 - Político (Políticas de impuestos, ISC)
 - Económico (PBI, Inflación, Per cápita de la Región, Endeudamiento, entre otros)
 - Tecnológico (Desarrollo logístico, Mejoras en Tecnología e Información, Aplicaciones)
 - Social (Preferencia del consumidor, Estacionalidad)

Para esto se pueden informar en los principales medios nacionales, como diario Gestión, diario El Peruano, Semana económica, Perú Retail, El Comercio, Peru21, Banco Central de Reserva, RPP, entre otros.

2.2 SEGUNDA ETAPA: Implementación y Dirección

- Objetivos estratégicos de la empresa:

- Ser sostenible y coherente en el transcurso del tiempo.
- Aumentar el volumen de ventas en cada categoría del negocio.
- Fidelización con el cliente.
- Conservar y optimizar la imagen de la empresa.
- Motivación en la organización.

1. Ser sostenible en el tiempo, hace referencia a la rentabilidad de la empresa, se recomienda una revisión constante de los Estados financieros de la empresa. Actores Responsables: Contabilidad, Gerencia General, Finanzas y Gerencia Comercial.
2. Incrementar el volumen de ventas en cada categoría del negocio, Almacenes de la selva cuenta con un portafolio de distribución de marcas de Pepsico bebidas y Beliv, estas se clasifican en:

- Bebidas Carbonatadas (Pepsi, 7up, Triple Kola, Concordia, Evervest y H2OH)
- Aguas (San Carlos)
- Isotónicas (Gatorade)
- Still Drink (Frutaris)
- Néctar (Petit y Jugazzo)

Para el desarrollo de las marcas en conjunto con CBC se aplican acciones comerciales, descuentos y promociones. Actores Responsables: Gerencia Comercial y CBC Peruana.

3. Fidelización con el cliente: Actualmente la empresa cuenta con una cartera de 12 mil clientes o puntos de venta (PDV) entre sus 4 sucursales, se busca que estos realicen alguna compra por lo menos una vez al mes, además el equipo comercial busca la integración de nuevos clientes, para ello se brinda una asesoría comercial a cada PDV, explicando los márgenes comerciales, exhibiciones en los puntos calientes, respeto del precio sugerido, mantener el orden y la limpieza de los productos. Actores Responsables: Gerencia Comercial.

4. Mantener y mejorar la imagen de la empresa: Se debe poner énfasis en el proceso de selección de trabajadores, además inculcar los valores corporativos, los equipos de ventas y distribución, deben ser capacitados constantemente en como desenvolverse ante cada situación con los clientes, por lo que ellos representan la imagen de la empresa. Actores Responsables: Recursos Humanos, Jefe de Ventas y Jefe de Distribución.

5. Motivación en la organización: Se debe desarrollar los talentos humanos e incentivar el alcance de los objetivos planteados, a través de reconocimientos, premiaciones, capacitaciones. Actores Responsables: Recursos Humanos y cada jefatura de la empresa.

- **Análisis FODA:** Se detalla los siguientes puntos.

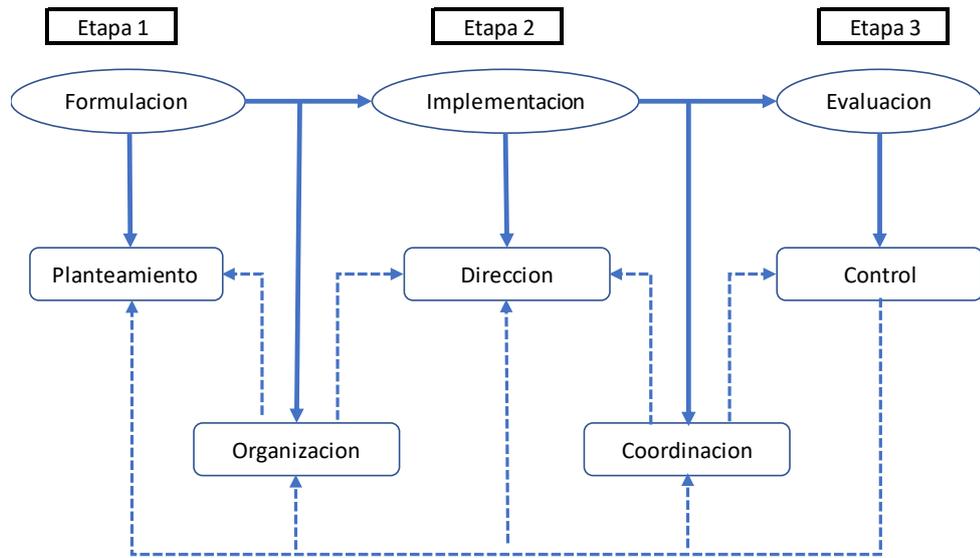
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <p>Personal descalificado en el área de distribución Productos con fecha de vencimiento próxima Demasiada burocracia entre las áreas.</p>	<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <p>Personal altamente comprometido Reconocimiento de las marcas principales</p>
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <p>Guerra de precios por parte de la competencia Ingreso de nuevas categorías por parte de la competencia</p>	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <p>Adiestramiento a las áreas Buscar nuevos puntos de mercado</p>

2.3 TERCERA ETAPA: Control y Evaluación.

Por un tema de control y evaluación se recomienda a la empresa contar con un área de auditoría o auditores externos para revisión de manera trimestral, semestral y anual. Aplicar un tablero de control balanceado (balanced scorecard) que es una estrategia de control, que mide 4 aspectos Finanzas, el cliente, procesos internos y crecimiento interno.

Además las áreas deben realizar evaluaciones y controles ya sea diario, semanal, mensual, trimestral, semestral y anual como vea conveniente el jefe de cada área, según la actividad a realizar.

I. **ESQUEMA DEL PLAN ESTRATEGICO:**



IX. REFERENCIAS

- Acosta, D. (2016). *Plan estratégico para mejorar la fidelización de los clientes de la cooperativa de ahorro y crédito Santo Cristo de Bagazán*. (Tesis de pregrado). Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/4138?show=full>
- Alcantara, A. (2017). *Implementacion de un plan estrategico y su incidencia en la gestion de la empresa Consorcio Mercantil Goves S.A.C.* (Tesis de pregrado). Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/7997/alcantaraveinte_milla_ana.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Altair Consultores. (2017). Como elaborar el plan estratégico que realmente nesita tu empresa. Altair Soluciones Reales. Obtenido de <http://www.altair-consultores.com/wp-content/uploads/2017/06/Como-elaborar-el-plan-estrategico-LOW-QUALITY.pdf>
- Colmont, M., & Landaburu, E. (2014). *Plan estratégico de marketing para el mejoramiento de las ventas de la empresa MIZPA S.A distribuidora de tableros de madera para construccion y acabados*. (Tesis de pregrado). Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6149/1/UPS-GT000528.pdf>
- D'Alessio, F. (2008). *El proceso estratégico Un enfoque de gerencia*. Mexico: Pearson Educación de México S.A.
- Delgado, G. (2017). *Plan estratégico para la empresa de transporte de carga pesada BRANVECSA S.A.C.* (Tesis de pregrado). Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15435/1/DELGADO_CORRALES_GLO_TRA.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodologia de la Investigacion* (Quinta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Julian, E. (2017). *Formulacion del plan estratégico como instrumento de gestión para mejorar la competitividad de la empresa Turismo Moche*. (Tesis de pregrado). Obtenido de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/9514/julianmantilla_elizabeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Larico, B., & Laura, F. (2017). *Plan estratégico para mejorar la gestión administrativa de la empresa AUTOMOTRIZ CISNE*. (Tesis de pregrado). Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15386/1/LARICO_INFA_BET_CIS.pdf

- Luna, A. (2014). *Administración estratégica*. GRUPO EDITORIAL PATRIA. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=HPHhBAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Martínez, D., & Milla, A. (2012). *La Elaboración de un plan Estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Ediciones Díaz de Santos, S.A. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=WnHYrdgYGmcC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Martínez, M. (2003). *La gestión empresarial equilibrando objetivos y valores*. Ediciones diaz de santos. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=Kpw9ao_HqVIC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Mintzberg, H. (Enero-Febrero de 1994). La caída y el ascenso de la planificación estratégica. *Harvard Business Review*. Obtenido de https://www.academia.edu/7812316/LA_CAIDA_Y_EL_ASCENSO_DE_LA_PLANIFICACION ESTRATEGICA
- Narvaez, D. (2014). *El planeamiento estratégico y las decisiones gerenciales en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Huaraz*. (Tesis de maestría). Obtenido de <http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/902/MBA%20T-382.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ortiz, M., & Ortiz, I. (2016). *Diseño de un plan estratégico organizacional para mejorar la gestión administrativa de la institución educativa no escolarizado Manuel Pardo, Distrito de Olmos*. (Tesis de pregrado). Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/xmlui/handle/uss/4263?show=full>
- Pacheco, E. (2016). *Plan estratégico para mejorar el clima laboral de la distribuidora BIO AGUA*. (Tesis de pregrado). Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7472/1/TUBADM042-2016.pdf>
- Prieto, J. (2011). *Gestión estratégica organizacional* (Tercera ed.). Bogota: Ecoe Ediciones.
- Rosas, N. (2015). *Planeamiento estratégico y su repercusión en la gestión empresarial del sector turismo de la región de Puno*. (Tesis de maestría). Obtenido de http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/628/TESIS%20T036_02419180_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vara, A. (2012). *7 pasos para una tesis exitosa*. Obtenido de www.aristidesvara.net

Anexo

ANEXO N° 01: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto

Cuestionario

INSTRUCCIONES: El presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información sobre la forma como se viene llevando el proceso de planificación y gestión empresarial en la institución. Le agradecería leer atentamente y marcar con un (X) la opción correspondiente a la información solicitada, Es totalmente anónimo y su procesamiento es reservado, por lo que le pedimos sinceridad en su respuesta, En beneficio de la mejora en la organización.

CONOCIMIENTO		Muy poco	Poco	Medio	Bastante	Mucho
1	¿Conoce Ud. los resultados del diagnóstico situacional de su empresa?					
2	¿Conoce Ud. la visión de la empresa?					
3	¿Conoce Ud. cuáles son valores que promueve la institución?					
4	¿Conoce Ud. cuáles son las metas mensuales, anuales que deben ser alcanzadas en la empresa?					
5	¿Conoce Ud. los indicadores estratégicos que deben ser evaluados para la medición de las metas dentro de la empresa?					
6	¿Conoce Ud. alguna herramienta de control que permita el cumplimiento de los objetivos de la empresa?					
7	¿Conoce Ud. los planes que están previstos en su área?					
8	¿Conoce Ud. qué planes a corto, mediano y largo plazo tiene su empresa?					
9	¿Conoce Ud. qué indicadores deben ser evaluados para el cumplimiento de las metas de la empresa?					
10	¿Cree Ud. qué el plan vigente en la Empresa es óptimo?					
11	¿Cree Ud. que los objetivos estratégicos del plan actual son aún relevantes en la empresa?					
12	¿Cree Ud. que el planeamiento estratégico ayudara a mejorar la gestión de la empresa?					
13	¿Cree Ud. que la implementación de un plan estratégico ayude a la gerencia para la toma de decisiones?					
14	¿Conoce Ud. si se realiza un control permanente de la gestión de la empresa?					

15	¿Conoce Ud. sobre los indicadores de gestión empresarial?					
16	¿Conoce Ud. si la empresa cuenta con un organigrama?					
17	¿Conoce Ud. si todo el personal conoce con claridad sus funciones y responsabilidades?					
18	¿Conoce Ud. si la empresa tiene establecido los sistemas de autoridad e información?					
19	¿Conoce Ud. si la empresa ha precisado sus objetivos y estrategias?					
20	¿Conoce Ud. si la empresa ha definido sus metas, políticas y planes de acción?					
21	¿Conoce Ud. si la empresa cuenta con un sistema de control de sus ventas, inventarios, control financiero, etc.?					
22	¿Conoce Ud. si se ha establecido normas y métodos para medir el desempeño?					
23	¿Conoce Ud. si la toma de decisiones es ágil y oportuna?					
24	¿Conoce Ud. si el proceso de comunicación es eficiente y efectivo?					
25	¿Conoce Ud. si la gerencia utiliza un estilo participativo?					
26	¿Conoce Ud. la estructura de un plan estratégico?					
27	¿Conoce Ud. el análisis PEST?					
28	¿Conoce Ud. qué es una matriz FODA?					
29	¿Conoce Ud. las fases que permita implementar la gestión empresarial planeada?					
30	¿Conoce Ud. si los procedimientos del plan estratégico que se ejecutan en su empresa son los más adecuados?					
31	¿Ud. ha participado en la elaboración de los manuales, guías, bitácoras de la empresa?					
32	¿Ud. ha participado en la elaboración de la propuesta de gestión de su empresa?					
33	¿Cree Ud. que la empresa evalúa la ejecución del plan?					

ANEXO N° 02: Sabana de datos del cuestionario aplicado.

n°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	
1	3	3	3	1	1	2	4	2	1	1	3	1	1	1	1	5	2	3	1	2	4	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
2	4	4	5	4	5	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	
3	3	3	4	4	5	5	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	2	3	4	3	3	2	2	1	1	1	3	1	1	3	
4	3	3	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	1	1	2	2	3	4	5	
5	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	
6	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	4	2	3	2	2	3	1	1	2	1	3	2	3	1	1	1	1	2	3	1	1	3	
7	2	2	1	5	5	5	5	3	5	4	4	3	5	2	1	1	5	1	4	5	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	
8	1	2	2	1	3	3	2	1	3	3	3	4	4	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	1	3	1	2	1	1	3	
9	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	
10	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	
11	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	1	2	3	4	3	3	
12	5	2	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	2	5	4	3	3	5	5	3	5	3	4	2	1	3	4	2	1	4	
13	5	5	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	
14	2	5	2	4	4	2	4	2	3	3	4	4	5	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	1	1	1	
15	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	1	1	4	
16	1	1	3	5	4	2	3	3	4	4	3	4	5	3	2	5	5	5	3	2	3	5	5	3	3	2	3	4	3	2	4	5	5	
17	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
18	1	2	1	3	1	3	3	2	3	1	2	3	2	1	1	1	2	3	1	2	1	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1
19	4	4	3	2	4	3	3	4	1	2	2	4	5	5	1	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	1	3	
20	3	2	3	3	3	2	2	3	1	2	2	4	4	1	2	1	1	3	2	1	4	3	1	3	4	1	1	1	2	1	1	3	2	
21	3	4	4	3	2	2	4	3	3	2	3	3	5	4	3	1	4	3	3	3	4	3	1	1	1	2	1	4	3	3	3	2	1	
22	2	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	5	4	3	4	5	4	4	5	3	3	3	4	5	4	2	2	2	
23	1	1	1	2	2	2	3	3	1	1	1	3	3	1	3	1	3	2	1	2	3	1	2	3	1	1	2	3	1	1	3	3	3	
24	1	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	3	3	2	2	5	
25	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	2	2	5	

26	2	3	3	2	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	5	
27	1	2	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	2	2	2	4	3	3	2	4	3	3	3	1	2	1	2	2	2	1	1	1	
28	1	2	2	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	3	1	1	4		
29	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	1	2	1	5	4	3	2	2	3	
30	5	1	2	4	2	2	4	1	2	3	2	5	5	5	2	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	1	1	2	3	1	1	5	
31	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	2	4	5	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	
32	2	1	4	4	3	4	3	5	2	2	1	3	2	4	3	2	3	1	2	3	4	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	4	4	
33	3	3	2	3	4	3	3	2	4	2	3	4	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	
34	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	1	1	3	
35	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3	2	3	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	5	3	4	3	3	4
36	1	2	3	4	3	2	4	2	3	2	4	2	5	2	4	5	2	4	2	1	4	2	4	5	3	4	4	3	3	2	3	4	5	
37	2	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	2	3	5	2	2	2	2	2	
38	1	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
39	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	1	2	3	
40	3	3	3	1	1	2	4	2	1	1	3	1	1	1	1	5	2	3	1	2	4	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	4	4	5	4	5	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	
42	3	3	4	4	5	5	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	2	3	4	3	3	2	2	1	1	1	3	1	1	3	
43	3	3	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	1	1	2	2	3	4	5	
44	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	2	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	
45	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	4	2	3	2	2	3	1	1	2	1	3	2	3	1	1	1	1	2	3	1	1	3	
46	2	2	1	5	5	5	5	3	5	4	4	3	5	2	1	1	5	1	4	5	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	
47	1	2	2	1	3	3	2	1	3	3	3	4	4	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	1	3	1	2	1	1	3	
48	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	
49	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	
50	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	1	2	3	4	3	3	
51	5	2	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	2	5	4	3	3	5	5	3	5	3	4	2	1	3	4	2	1	4	
52	5	5	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	
53	2	5	2	4	4	2	4	2	3	3	4	4	5	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	1	1	1	

ANEXO N° 03: Desarrollo de la escala de planeamiento estratégico y gestión empresarial

Para clasificar el nivel de planeamiento estratégico se utilizó la escala de stanones que utiliza 3 dimensiones en este caso no óptimo, regular, óptimo, en la empresa Almacenes de la selva S.A.C. tuvo los siguientes resultados:

1. Datos obtenidos del SPSS 23 para clasificar el nivel de planteamiento estratégico

Estadísticos		
N	Validos	53
	Perdidos	0
Media		55.43
Desv. Tip.		11.76

a) Se determinó el promedio (x)

$$X = 55.43$$

b) Se calculó la desviación estándar (DS)

$$DS = 11.76$$

$$X -$$

$$a = 0.75(DS)$$

$$a = 55.43 - 0.75(11.76)$$

$$a = 46.61$$

$$a = 47$$

$$a = X - 0.75(DS)$$

$$a = 55.43 + 0.75(11.76)$$

$$a = 64.25$$

$$a = 64$$

c) Nivel planteamiento estratégico

No optimo 18 - 47

Regular 48 - 64

Optimo 65 - 90

2. Datos obtenidos del SPSS 23 para clasificar el nivel de planteamiento estratégico en la dimensión formulación y planeamiento

Estadísticos		
N	Validos	53
	Perdidos	0
Media		8.75
Desv. Tip.		2.88

a) Se determinó el promedio (x)

$$X = 8.75$$

b) Se calculó la desviación estándar (DS)

$$DS = 2.88$$

$$X -$$

$$a = 0.75(DS)$$

$$a = 8.75 - 0.75(2.88)$$

$$a = 6.59$$

$$a = 7$$

$$a = X - 0.75(DS) \\ 8.75 +$$

$$a = 0.75(2.88)$$

$$a = 10.92$$

$$a = 11$$

c) Nivel planteamiento estratégico

No optimo 3 - 7

Regular 8 - 11

Optimo 12 - 15

3. Datos obtenidos del SPSS 23 para clasificar el nivel de planteamiento estratégico en la dimensión Implementación y dirección

Estadísticos		
N	Validos	53
	Perdidos	0
Media		20.89
Desv. Tip.		5.09

a) Se determinó el promedio (x)

$$X = 20.89$$

b) Se calculó la desviación estándar (DS)

$$DS = 5.09$$

$$X -$$

$$a = 0.75(DS)$$

$$a = 20.89 - 0.75(5.09)$$

$$a = 17.07$$

$$a = 17$$

$$a = X - 0.75(DS)$$
$$20.89 +$$

$$a = 0.75(5.09)$$

$$a = 24.7$$

$$a = 25$$

c) Nivel planteamiento estratégico

No optimo 7 - 17

Regular 18 - 25

Optimo 26 - 35

4. Datos obtenidos del SPSS 23 para clasificar el nivel de planteamiento estratégico en la dimensión evaluación y control

Estadísticos		
N	Validos	53
	Perdidos	0
Media		25.79
Desv. Tip.		5.69

a) Se determinó el promedio (x)

$$X = 25.79$$

b) Se calculo la desviación estándar (DS)

$$DS = 5.69$$

$$X -$$

$$a = 0.75(DS)$$

$$a = 25.79 - 0.75(5.69)$$

$$a = 21.53$$

$$a = 22$$

$$a = X - 0.75(DS)$$

$$25.79 +$$

$$a = 0.75(5.69)$$

$$a = 30.06$$

$$a = 30$$

c) Nivel planteamiento estratégico

No optimo 8 - 22

Regular 23 - 30

Optimo 31 - 40

5. Datos obtenidos del SPSS 23 para clasificar el nivel de gestión empresarial

Estadísticos		
N	Validos	53
	Perdidos	0
Media		43.57
Desv. Tip.		11.48

a) Se determinó el promedio (x)

$$X = 43.57$$

b) Se calculó la desviación estándar (DS)

$$DS = 11.48$$

$$X -$$

$$a = 0.75(DS)$$

$$a = 43.57 - 0.75(11.48)$$

$$a = 34.96$$

$$a = 35$$

$$a = X - 0.75(DS)$$
$$43.57 +$$

$$a = 0.75(11.48)$$

$$a = 52.17$$

$$a = 52$$

c) Nivel planteamiento estratégico

No optimo 15 - 35

Regular 36 - 52

Optimo 53 - 75

6. Datos obtenidos del SPSS 23 para clasificar el nivel de gestión empresarial en la dimensión identificación

Estadísticos		
N	Validos	53
	Perdidos	0
Media		6.04
Desv. Tip.		2.21

a) Se determinó el promedio (x)

$$X = 6.04$$

b) Se calculó la desviación estándar (DS)

$$DS = 2.21$$

$$X =$$

$$a = 0.75(DS)$$

$$a = 6.04 - 0.75(2.21)$$

$$a = 4.38$$

$$a = 4$$

$$a = X - 0.75(DS)$$

$$a = 6.04 + 0.75(2.21)$$

$$a = 7.7$$

$$a = 8$$

c) Nivel planteamiento estratégico

No optimo 2 - 4

Regular 5 - 8

Optimo 9 - 10

7. Datos obtenidos del SPSS 23 para clasificar el nivel de gestión empresarial en la dimensión organización

Estadísticos		
N	Validos	53
	Perdidos	0
Media		19.47
Desv. Tip.		5.22

a) Se determinó el promedio (x)

$$X = 19.47$$

b) Se calculo la desviación estándar (DS)

$$DS = 5.22$$

$$X -$$

$$a = 0.75(DS)$$

$$a = 19.47 - 0.75(5.22)$$

$$a = 15.56$$

$$a = 16$$

$$a = X - 0.75(DS)$$
$$19.47 +$$

$$a = 0.75(5.22)$$

$$a = 23.39$$

$$a = 23$$

c) Nivel planteamiento estratégico

No optimo 7 - 16

Regular 17 - 23

Optimo 24 - 35

8. Datos obtenidos del SPSS 23 para clasificar el nivel de gestión empresarial en la dimensión ejecución

Estadísticos		
N	Validos	53
	Perdidos	0
Media		9.06
Desv. Tip.		2.89

d) Se determino el promedio (x)

$$X = 9.06$$

e) Se calculo la desviación estándar (DS)

$$DS = 2.89$$

$$X -$$

$$a = 0.75(DS)$$

$$a = 9.06 - 0.75(2.89)$$

$$a = 6.89$$

$$a = 7$$

$$a = X - 0.75(DS)$$

$$a = 9.06 + 0.75(2.89)$$

$$a = 11.23$$

$$a = 11$$

f) Nivel planteamiento estratégico

No optimo 3 - 7

Regular 8 - 11

Optimo 12 - 15

9. Datos obtenidos del SPSS 23 para clasificar el nivel de gestión empresarial en la dimensión Control

Estadísticos		
N	Validos	53
	Perdidos	0
Media		9.00
Desv. Tip.		2.84

d) Se determino el promedio (x)

$$X = 9.00$$

e) Se calculo la desviación estándar (DS)

$$DS = 2.84$$

$$X -$$

$$a = 0.75(DS)$$

$$a = 9 - 0.75(2.84)$$

$$a = 6.87$$

$$a = 7$$

$$a = X - 0.75(DS)$$

$$9 +$$

$$a = 0.75(2.84)$$

$$a = 11.13$$

$$a = 11$$

f) Nivel planteamiento estratégico

No optimo 3 - 7

Regular 8 - 11

Optimo 12 - 15

ANEXO N° 04: Resultados

Tabla 5: Nivel de planeamiento estratégico en la empresa Almacenes de la selva S.A.C.

	n	%
No optimo	12	23%
Regular	29	55%
Optimo	12	23%
Total	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a la empresa Almacenes de la selva S.A.C

Tabla 6: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Formulación y planeamiento.

	n	%
No optimo	16	30%
Regular	22	42%
Optimo	15	28%
Total	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a la empresa Almacenes de la selva S.A.C

Tabla 7: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión implementación y dirección.

	n	%
No optimo	14	26%
Regular	30	57%
Optimo	9	17%
Total	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a la empresa Almacenes de la selva S.A.C

Tabla 8: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión evaluación y control.

	n	%
No optimo	11	21%
Regular	32	60%
Optimo	10	19%
Total	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a la empresa Almacenes de la selva S.A.C

Tabla 9: Nivel de planeamiento estratégico de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión evaluación y control.

Nivel de gestión empresarial de la empresa Almacenes de la selva S.A.C.

	n	%
No optimo	16	30%
Regular	22	42%
Optimo	15	28%
Total	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a la empresa Almacenes de la selva S.A.C

Tabla 10: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Identificación.

	n	%
No optimo	15	28%
Regular	28	53%
Optimo	10	19%
Total	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a la empresa Almacenes de la selva S.A.C

Tabla 11: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión Identificación.

	n	%
No optimo	19	36%
Regular	19	36%
Optimo	15	28%
Total	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a la empresa Almacenes de la selva
S.A.C

Tabla 12: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión ejecución.

	n	%
No optimo	16	30%
Regular	24	45%
Optimo	13	25%
Total	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a la empresa Almacenes de la selva
S.A.C

Tabla 13: Nivel de gestión de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. en la dimensión ejecución.

	n	%
No optimo	17	32%
Regular	26	49%
Optimo	10	19%
Total	53	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a la empresa Almacenes de la selva
S.A.C

ANEXO N° 05: Matriz de Consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	
Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C - Tarapoto.	¿De qué manera la propuesta de un Plan Estratégico 2019 - 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C. Tarapoto?	General:	La propuesta del Plan Estratégico 2019 – 2021 permitirá mejorar la gestión empresarial Almacenes de la selva S.A.C.	Independiente:	Variable Independiente:	Tipo de investigación:	Población:	
		Proponer un Plan Estratégico 2019-2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C – Tarapoto.		Plan Estratégico	Formulación y Planteamiento	Descriptivo	61 trabajadores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. de la filial de Tarapoto.	
		Específicos:			Implementación y Dirección			Propositivo
		Diagnosticar la gestión actual de la empresa Almacenes de la selva S.A.C.			Evaluación y Control			
		Identificar el análisis FODA y PEST de la empresa Almacenes de la selva S.A.C.		Dependiente:	Variable Dependiente:	Diseño de investigación:	Muestra:	
		Identificar las estrategias o planes de acción para la empresa Almacenes de la selva S.A.C.		Gestión Empresarial	Identificación	Transversal con corte en el tiempo	53 trabajadores de la empresa Almacenes de la selva S.A.C. de la filial de Tarapoto.	
		Diseñar evaluaciones de control para los planes de acción de la empresa Almacenes de la selva S.A.C.			Organización			
					Ejecución			
				Control				

ANEXO N° 06: Validación del instrumento por criterio de expertos



UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO ESCUELA DE POSTGRADO

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto.

B. AUTOR: Br. LEAR SCOTH WONG ALTAMIRANO

C. INSTRUMENTO: ENCUESTA PARA MEDIR EL PLAN ESTRATEGICO Y GESTION

D. DATOS DEL EXPERTO:

NOMBRES Y APELLIDOS: GIANCARLO PAOLO CHAVEZ CASTILLO

PROFESIÓN: INGENIERO INDUSTRIAL

GRADOS ACADÉMICOS: MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

CENTRO DE LABORES: ADMINISTRADOR DE IPESA SAC-CHICLAYO

E. OPINION DE APLICABILIDAD:

Que, al haber observado los instrumentos considerados en la propuesta y guías de observación, además de hacer las recomendaciones pertinentes, se da por validados dichos instrumentos para ser aplicados en el proyecto de tesis titulado: Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto.

Por lo anterior se llegó a la siguiente conclusión final:

	deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Congruencia de estructura				X
Amplitud del contenido				X
Coherencia con los objetivos				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Chiclayo, 16 de noviembre de 2018


Ing. Giancarlo Chávez Castillo
Asesor a la D. - Chiclayo

Ing. Industrial Mg. Giancarlo Paolo Chávez Castillo
Colegiatura N° 79122
DNI N° 18199389

ENCUESTA PARA MEDIR EL PLAN ESTRATEGICO Y GESTION EMPRESARIAL

JUICIO DE EXPERTO

1. Título del Proyecto : PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE ALMACENES DE LA SELVA S.A.C., TARAPOTO.
2. Variable 1 : PLAN ESTRATEGICO
Variable 2 : GESTION EMPRESARIAL
3. Experto : *Victor Leopoldo Albal Santestevan*
4. Centro de Trabajo: : *UNPAG*
5. Grado Académico : *Estadístico*
6. Autor : Br. LEAR SCOTH WONG ALTAMIRANO

DIMENSIONES	INDICADORES	Bueno	Regular	Malo
Coherencia	1. El mensaje del texto es claro y entendible.	<i>X</i>		
	2. La idea principal de cada párrafo es explícita	<i>X</i>		
Cohesión	3. Los párrafos están cohesionados secuencialmente.	<i>X</i>		
	4. Utiliza los sustitutos para darle sentido al texto.	<i>X</i>		
Ortografía	5. Escribe su texto usando las palabras adecuadas: sinónimos, antónimos, parónimos, redes semánticos, etc.	<i>X</i>		

	6. Utiliza los signos de puntuación correctamente.	X		
Estética	7. Considera los márgenes de su texto.	X		
	8. Escribe teniendo en cuenta la silueta del texto	X		

OBSERVACION:

Los indicadores cumplen en el objetivo en estudio.

SUGERENCIA:

Chiclayo, 16 de noviembre del 2018

Nombre:


 VICTOR TERUO ALBANI SANTISTEBAN
 Colegiado en Estadística
 COESPE 271
 DOCENTE U.N.P.R.G.
 D. N.I. N°

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

A. TÍTULO

"PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE ALMACENES DE LA SELVA S.A.C., TARAPOTO"

B. AUTOR

Br. LEAR SCOTH WONG ALTAMIRANO

C. INSTRUMENTO

- ENCUESTA PARA MEDIR EL PLAN ESTRATEGICO Y GESTION

D. DATOS DEL EXPERTO

- NOMBRES Y APELLIDOS
RUTH SUJEY MARÍN BARDALES
- PROFESIÓN
INGENIERO INDUSTRIAL
- GRADOS ACADÉMICOS
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA
BACHILLER EN INGENIERÍA INDUSTRIAL
- CENTRO DE LABORES
AGRÍCOLA HOJA REDONDA SA

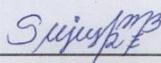
E. OPINION DE APLICABILIDAD

Que, al haber observado el instrumento considerado en la propuesta, el cual evidencia que la información se recoge de modo estandarizado, formulado con un listado de preguntas estandarizadas y estructuradas, se considera una herramienta suficientemente útil para ser transferible a otras investigaciones o evaluaciones que persigan un objetivo igual o similar al planteado en este trabajo. Además de realizarse las recomendaciones pertinentes, se da por validado dicho instrumento para ser aplicado en el proyecto de tesis titulado: Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto.

Por lo anterior se llegó a la siguiente conclusión final:

	Deficiente	Aceptable	Bueno	Excelente
Congruencia de estructura				X
Amplitud del contenido				X
Coherencia con los objetivos			X	
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Chiclayo, 08 de noviembre de 2018



MG. RUTH SUJEY MARIN BARDALES

ANEXO N° 07: Carta de autorización de la empresa Almacenes de la selva S.A.C



"AÑO DEL DIÁLOGO Y RECONCILIACIÓN NACIONAL"

Señor Lear Scoth Wong Altamirano con DNI 43735039, alumno de la escuela de postgrado de la "Universidad Privada Cesar Vallejo" del ultimo ciclo de maestría en administración y negocios (MBA).

Edwin Polack Chávez en calidad de gerente comercial de la empresa "Almacenes de la selva S.A.C." con RUC 20531321970 ubicado en Jr. lima Nro. 1420 San Martin - San Martin – Tarapoto, autorizo utilizar el nombre de mi representada para los fines de tesis "PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE ALMACENES DE LA SELVA S.A.C.", TARAPOTO" y otros estudios en los cuales está solicitando.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado y para los fines convenientes.

Chiclayo, 07 de diciembre de 2018

Edwin Polack Chávez

Gerente

DNI: 29688858

ANEXO N° 08: Evidencia Fotográfica

T3

Cuestionario

INSTRUCCIONES: El presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información sobre la forma como se viene llevando el proceso de planificación y gestión empresarial en la institución. Le agradecería leer atentamente y marcar con un (X) la opción correspondiente a la información solicitada. Es totalmente anónimo y su procesamiento es reservado, por lo que le pedimos sinceridad en su respuesta. En beneficio de la mejora en la organización.

	Muy poco	Poco	Medio	Bastante	Mucho
CONOCIMIENTO					
1. ¿Conoce Ud. los resultados del diagnóstico situacional de su empresa?					
2. ¿Conoce Ud. la visión de la empresa?					
3. ¿Conoce Ud. cuáles son valores que promueve la institución?					
4. ¿Conoce Ud. cuáles son las metas mensuales anuales que deben ser alcanzadas en la empresa?					
5. ¿Conoce Ud. cuáles son las metas mensuales que deben ser evaluadas para la medición de las metas dentro de la empresa?					
6. ¿Conoce Ud. los indicadores estratégicos que deben ser evaluados para el cumplimiento de los objetivos de la empresa?					
7. ¿Conoce Ud. algunos instrumentos de control que permitan el cumplimiento de las metas de la empresa?					
8. ¿Conoce Ud. los planes que están previstos en su área?					
9. ¿Conoce Ud. que planes a corto, mediano y largo plazo tiene su empresa?					
10. ¿Conoce Ud. que indicadores deben ser evaluados para el cumplimiento de las metas de la empresa?					
11. ¿Cree Ud. que el plan vigente en la Empresa es óptimo?					
12. ¿Cree Ud. que los objetivos estratégicos del plan actual son aún relevantes en la empresa?					
13. ¿Cree Ud. que los objetivos estratégicos ayudan a mejorar la gestión de la empresa?					
14. ¿Cree Ud. que el planeamiento estratégico ayuda a la gerencia para la toma de decisiones?					
15. ¿Cree Ud. que el planeamiento de un plan estratégico ayuda a la gestión de la empresa?					
16. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
17. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
18. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
19. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
20. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
21. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
22. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
23. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
24. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
25. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
26. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
27. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
28. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
29. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
30. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
31. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
32. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					
33. ¿Cree Ud. que la implementación de un control gerencial de la gestión empresarial?					



ANEXO N° 09: Validaciones de la propuesta

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE ALMACENES DE LA SELVA S.A.C., TARAPOTO

Apellidos y Nombres del Evaluador: Ruth Lizy María Bonales

Título del trabajo de investigación: Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C. Tarapoto

Autor: Lear Scoth Wong Altamirano

Fecha: 29 de noviembre del 2018

a. Pertinencia con la investigación

	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis de investigación		Pertinencia con las variables y dimensiones		Pertinencia con las dimensiones e indicadores		Pertinencia con los principios de la redacción científica (propiedad y coherencia)	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PROPUESTA	X		X		X		X	

b. Pertinencia con la aplicación

	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
	Se aplica al contexto de la investigación		Soluciona el problema de salud pública		Su aplicación es sostenible en el tiempo		En su aplicación involucra a otras instituciones y población	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
PROPUESTA	X		X		X		X	

Suzuki

DNI 72390381

ANEXO N° 10: Validaciones de la propuesta

VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE ALMACENES DE LA SELVA S.A.C., TARAPOTO

(JUICIO DE EXPERTOS)

Yo, Ruth Sergio Murin Condolo
identificado con DNI N° 72295387, con Grado Académico de maestría en administración de negocios en la Universidad Cesar Vallejo

Hago constar que he leído y revisado la propuesta de un modelo de gestión integral de residuos sólidos para mejorar la salud pública de los habitantes de la zona urbana, Jaén, correspondientes a la Tesis: "Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto", de la Maestría en Administración de negocios de la Universidad Cesar Vallejo.

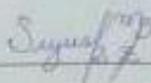
La estructura de la propuesta se distribuye en tres secciones o partes: la primera parte corresponde a la formulación y planteamiento, la misma que comprende la misión, la visión, valores corporativos y análisis PEST; la segunda parte corresponde a implementación y dirección en donde está comprendido los objetivos estratégicos de la empresa así como su análisis FODA y la última parte que es control y evaluación.

La propuesta corresponde a la tesis: "Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto".

Luego de la evaluación minuciosa de la propuesta y realizadas las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Propuesta:			
APLICABILIDAD	CONTEXTUALIZACIÓN	PERTINENCIA	% DE LA PROPUESTA VALIDADA
100 %	100 %	100 %	100 %

Chiclayo, 29 de noviembre del 2018.



EVALUADOR

ANEXO N° 11: Autorización de publicación de tesis en repositorio institucional UCV

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : RBS-PF-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 15-01-2019 Página : 1 de 1
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------

Yo **Lear Scoth Wong Altamirano**, identificado con DNI N° **43735039**, egresado de la Escuela Profesional de Posgrado, del programa de maestría **en Administración de negocios** de la Universidad César Vallejo, autorizo No autorizo la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE ALMACENES DE LA SELVA S.A.C., TARAPOTO,"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



 FIRMA

DNI: **43735039**

FECHA: **14 de enero de 2019**

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---------------------------------------------------------------------------------	--------	-----------

ANEXO N° 12: Acta de aprobación de originalidad de tesis



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Hugo Enrique Huiman Tarrillo, Asesor del curso de desarrollo del trabajo de investigación y revisor de la tesis del estudiante, **LEAR SCOTH WONG ALTAMIRANO**, titulada: **PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE ALMACENES DE LA SELVA S.A.C., TARAPOTO.**, constato que la misma tiene un índice de similitud de 17% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizo dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 16 de Diciembre de 2018

Dr. Hugo Enrique Huiman Tarrillo
DN: 16418702

Dr. CPC. Hugo Enrique Huiman Tarrillo
Lic. Matemática y Computación
Catedrático Público Colegiado
N° Reg. 24-1821

CAMPUS CHICLAYO
Carretera Pimental km. 3.3

ANEXO N° 14: Autorización de la versión final del trabajo de investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

LEAR SCOTH WONG ALTAMIRANO

INFORME TÍTULADO:

PLAN ESTRATÉGICO 2019 – 2021 PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE ALMACENES
DE LA SELVA S.A.C., TARAPOTO.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 16 DE ENERO 2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADO POR UNANIMIDAD



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN