



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa

Emial SRL., Independencia, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

AUTORA:

Olivos Velásquez, Ingrid Patricia (ORCID 0000-0002-4194-0010)

ASESOR:

Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio (ORCID 0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

La presente tesis le dedico principalmente a Dios, por ser mi guía en la vida y darme las fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados. A mis padres que, con su apoyo incondicional, amor, cariño, confianza permitieron que logre culminar mi carrera. A mis hermanos que, me cuidan y me protegen, amor, cariño, permitieron que logre culminar mi carrera.

Agradecimiento

A Dios, por sostenerme en todas las etapas de mi vida, agradecer por brindarme salud, vida, paciencia y constante perseverancia en todo momento de mi vida.

A mis padres, Edmundo y María, por sus consejos, el apoyo constante que me han brindado y su trabajo arduo para convertirme en una señorita de bien y con valores.

A mis hermanos, Johnnatan, Rubén y Pilar por su constante apoyo en mis estudios y su gran apoyo en mi vida.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	12
3.2 Variables y Operacionalización.....	13
3.3 Población.....	18
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5 Procedimientos.....	19
3.6 Métodos de análisis de datos.....	20
3.7 Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS	22
V. DISCUSIÓN.....	40
VI. CONCLUSIONES.....	49
VII. RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS.....	52
ANEXOS.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Variable Planificación Estratégica (Agrupada).....	22
Tabla 2: Dimensión Objetivos (Agrupada).....	23
Tabla 3: Dimensión Estrategias (Agrupada).....	25
Tabla 4: Dimensión Decisiones (Agrupada)	26
Tabla 5: Variable Canal de Distribución (Agrupada)	28
Tabla 6: Dimensión Tipos de Distribución (Agrupada)	29
Tabla 7: Dimensión Niveles (Agrupada)	31
Tabla 8: Dimensión Distribución (Agrupada)	32
Tabla 9: Prueba de Normalidad.....	34
Tabla 10: Coeficiente de Correlación	35
Tabla 11: Resultado de la prueba de hipótesis general.....	36
Tabla 12: Resultado de la prueba de hipótesis específica 1	37
Tabla 13: Resultado de la prueba de hipótesis específica 2	38
Tabla 14: Resultado de la prueba de hipótesis específica 3	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Distribución de frecuencia de la variable Planificación Estratégica	22
Figura 2: Distribución de frecuencia de la dimensión Objetivos	24
Figura 3: Distribución de frecuencia de la dimensión Estrategias	25
Figura 4: Distribución de frecuencia de la dimensión Decisiones.....	27
Figura 5: Distribución de frecuencia de la variable Canal de Distribución	28
Figura 6: Distribución de frecuencia de la dimensión Tipos de Distribución.....	30
Figura 7: Distribución de frecuencia de la dimensión Niveles	31
Figura 8: Distribución de frecuencia de la dimensión Distribución.....	33

Resumen

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación de la planificación estratégica y los canales de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020. Con dicho propósito, se utilizó las estrategias metodológicas siguientes: tipo aplicada, nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal, enfoque cuantitativo y método hipotético deductivo. La población de estudio estuvo conformada por 50 trabajadores y la recolección de datos se obtuvo de la totalidad de la población mediante la técnica encuesta, y el instrumento ha sido un cuestionario compuesto por 18 ítems, el mismo que tuvo una validez por juicio de expertos y una alta fiabilidad. Los datos que se obtuvieron fueron procesados y tabulados en el programa estadístico SPSS, lográndose como resultado el índice de correlación de Rho Spearman 0,974, el mismo que es considerado como positiva y una Sig. 0.000. De acuerdo a los resultados antes mencionados, se llegó a la conclusión de que la planificación estratégica tiene relación significativa con el canal de distribución, con lo que se logra el objetivo general de la investigación.

Palabras clave: Planificación estratégica, Canal de distribución, Gestión de organizaciones.

Abstract

The overall objective of the research was to determine the relationship between strategic planning and distribution channels in the company Emial SRL., Independence, 2020. For this purpose, the following methodological strategies were used: applied type, correlational descriptive level, non-experimental cross-sectional design, quantitative approach and deductive hypothetical method. The study population consisted of 50 workers and the data collection was obtained from the entire population through the survey technique, and the instrument was a questionnaire composed of 18 items, the same that had a validity by expert judgment and a high reliability. The data obtained were processed and tabulated in the statistical program SPSS, resulting in the correlation index of Rho Spearman 0.974, which is considered as positive and a Sig. 0,000. Based on the above findings, it was concluded that strategic planning has a significant relationship with the distribution channel, thereby achieving the overall objective of the research.

Keywords: Strategic Planning, Distribution Channel, Organization Management.

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú, el entorno empresarial ha crecido de manera notoria en los últimos años. Cada año se crean y se cierran empresas debido a que se localizan en un mercado global muy competitivo en donde es indispensable estar en constante cambio para que la empresa logre posicionarse, mantenerse en el mercado.

En el contexto internacional, los países desarrollados diseñan un plan estratégico que les permite lograr el éxito empresarial; sin embargo, la mayoría en las empresas, en países subdesarrollados no cuentan con variedad en planes estratégicos menos aún tienen establecidas las estrategias a lograr sus objetivos y metas.

En el contexto nacional, se cuenta con aproximadamente el 80% en cuyas empresas que son micro y/o pequeñas empresas informales en que no se formulan planes estratégicos, menos aún estrategias que permitan producir y vender productos de calidad; tampoco se tienen establecidos los medios y canales para llegar a los clientes finales; generalmente existe mercados informales en donde se ofrecen los bienes o servicios de forma totalmente desordenada y sin criterios técnicos.

En el contexto local, en la empresa Emial SRL., que no cuentan con sus planes estratégicos es decir no tienen objetivos de mediano y largo plazo tampoco hay estrategias que le permitan lograr servicios de calidad; y tampoco tienen previsto a quienes vender y a través de qué medios llegar al cliente generalmente se improvisa por lo que llegan a los clientes en forma deficiente; trayendo como consecuencia la disminución de la empresa y muchos casos el decaimiento total de ello porque la mayoría de estas fracasan. En el contexto de estudio, a la empresa Emial SRL., que se dedica al rubro de compra y en la venta de planchas de acero, servicio de doblado y rolado se ha identificado los problemas siguientes: la falta de una planificación estratégica, dicho esto no tiene una misión, ni visión definida, objetivos, valores, falta de planificación de metas y análisis FODA. Por otro lado, no posee funciones bien definidas por parte de la gerencia y el personal. Asimismo, un riesgo que tiene la empresa es debido a

la informalidad en la cual se desarrolla, los competidores le aventajan en precios, documentos en reglas y otros, ya que el costo es menor por ser informales y eso le produce desventaja en mantener clientes, debido a esto se deriva otra problemática que es la calidad y servicio al cliente. Además, no está definido los canales de distribución, no se planifica las ventas, se encuentra poco personal capacitado, las maquinarias y equipos son obsoletas, la comunicación es deficiente.

Teniendo en cuenta lo manifestado, considero pertinente manifestar en la empresa Emial SRL., no está evolucionando mucho como organización, se realiza un anticipado análisis de cosas positivas y negativas, en la empresa se preocupa por sus clientes que estén fidelizados, en que se realiza un seguimiento en un proyectado tiempo en la variedad de productos propuestos para los clientes. En la empresa Emial SRL., se realiza una estrategia que es la diferenciación en los productos, ofrece calidad, garantía que da una ventaja competitiva y tiene experiencia en el mercado, con la finalidad de poseer confianza hacia a los clientes.

Considerando lo manifestado, planteamos lo siguiente: Problema general de la investigación es: ¿Cuál es la relación de la planificación estratégica con los canales de distribución de la empresa Emial SRL, Independencia, 2020?; Los Problemas específicos: ¿Cuál es la relación de los objetivos con los tipos de distribución de la empresa Emial SRL. ?; ¿Cuál es la relación de las estrategias con los niveles de la empresa Emial SRL?; ¿Cuál es la relación de las decisiones con la distribución con la distribución de la empresa Emial SRL.?

La investigación tiene como justificación lo siguiente: Pertinencia porque tendremos acceso a la recolección de datos e información que ayudará tanto a la empresa Emial SRL., como otras organizaciones. Esta averiguación servirá para ejercer la vinculación planificación estratégica y canal de distribución; cuyo propósito de determinar las elecciones para el crecimiento eficiente de la planificación estratégica de las empresas, así como también hacer saber la relación de las estrategias, de acuerdo a la evaluación de tiempos en corto, mediano y largo plazo. Cuyo resultado el plan está de acuerdo con los objetivos que la organización intente lograr; Relevancia social el ámbito porque tiene como

objetivo general de esta investigación es señalar la relación de Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020. Mediante que los resultados obtenidos, se puede llegar a una conclusión, recomendaciones y posibles soluciones que podrán beneficiar a todas las micro y pequeñas empresas que no ejecutan tanta planificación estratégica proporción para los clientes como en la organización. Además, los resultados de la investigación beneficiarán a todas las empresas que distribuyen en manejar estrategias quienes podrán añadirá la planificación estratégica con la voluntad en atraer a los clientes; Implicancias prácticas porque pondremos en práctica los resultados que obtengamos del presente informe de investigación cuya finalidad que ayuden a resolver el problema que está teniendo la empresa Emial SRL. actualmente; Valor teórico porque el desarrollo del trabajo de investigación ampliará conceptos de las variables generando reflexión sobre el tema lo cual permitirá nuevas variables de estudio. Se usó un instrumento de medición para la recolección de datos, análisis y propuestas. Un instrumento fue evaluado y validado por expertos para luego medir su confiabilidad mediante el procedimiento del programa estadístico SPSS.

Objetivo general: Determinar la relación de la planificación estratégica con los canales de distribución de la empresa Emial SRL., Independencia, 2020. Objetivos específicos: Determinar la relación de la planificación estratégica con los tipos de distribución de la empresa Emial SRL.; Determinar la relación de la planificación estratégica con los niveles de la empresa Emial SRL.; Determinar la relación de la planificación estratégica con la distribución de la empresa Emial SRL.

Hipótesis general: Existe relación de la planificación estratégica con los canales de distribución de la empresa Emial SRL., Independencia, 2020. Hipótesis específicas: Existe relación de la planificación estratégica con los tipos de distribución de la empresa Emial SRL.; Existe relación de planificación estratégica con los niveles de la empresa Emial SRL.; Existe relación de planificación estratégica con la distribución de la empresa Emial SRL.

II. MARCO TEÓRICO

Los artículos relacionados a la primera variable Planificación estratégica son: Aryani (2020) concluye que es de suma importancia la planificación estratégica para una enseñanza sobresaliente, en algunas ocasiones, fundamentalmente para enfrentar desafíos. Caruana (2020) concluye que para un tema de investigación se explica con determinación, lo cual se aplicó el FODA, cuyo resultado en el proceso de investigación que regularmente implica las investigaciones cuantitativas y cualitativas. Stovba *et al.*, (2020) concluyeron que las tecnologías en previsión, lo cual se utiliza como herramienta del sistema para la realización y aplicación de la estrategia. Hang (2019) concluye que el proceso en trasladar el plan estratégico, debemos observar de cerca los objetivos de corto, mediano y largo, posteriormente manifestar el procedimiento en los objetivos del plan con sistema operativo preciso. Hernández, Velásquez & Silva (2019) concluyeron que el avance constante de la tecnología en la comunicación junto avanzado en la planificación estratégica en tecnologías de la comunicación en cada una de las empresas. Hussain (2019) concluye que para un análisis se utilizó en tomar la decisión cuya índole es de planificación estratégica con la interacción de la dependencia de los objetivos para lograr un modelo de análisis estratégico. Vedenkina (2019) concluye que para abordar la planificación estratégica se debe tener en cuenta los objetivos, métodos y metodología en la planificación estratégica. Suyadi, Satrioajie & Arifin (2018) concluyeron que el aprendizaje se utilizó un procedimiento cualitativo comprobado el elemento de la valoración ambiental estratégica en re gerencia. Usoh *et al*; (2018) concluyeron que, con un enfoque universitario de status universitario ante la competencia como suministrador de educación superior, para ello se debe actualizar con fundamento las características alrededor de la universidad de clase mundial. Susanti & Natalia (2018) concluyeron la planificación estratégica una vez analizado las características de la producción y la gestión es óptima. Štrukelj (2017) concluye que se realizó un gran proyecto designado Indonesia Deep cuyo fin es saber el plan estratégico para obtener el propósito de la economía azul. Štrukelj (2017) concluye que la planificación estratégica sea en generalmente responsable, para ello, tiende a la distribución hacia a las estrategias dadas por altos cargos administrativos y procesadas en una básica realización. Romanyuk

et al. (2016) concluyeron que se analizó las particularidades de planificación estratégica en el desarrollo en base a la producción y la gestión cuya finalidad es evaluar la estrategia en un crecimiento masivo. Yudatama & Riyanarto (2016) concluyen que el ciclismo es vital para la salud, dado que es una estrategia en desarrollo del transporte, por ello, se realiza la ejecución a nivel en estrategias. Rodríguez, Perera & Peiró (2012) concluyen que el nivel en la organización junto con la planificación estratégica es concerniente a la función del volumen de la unidad por lo que permitirá orientar hacia cambios pertinentes y duraderas.

La tesis a nivel internacional relacionada a la variable Planificación estratégica son: Bautista (2014) concluyó que, en su tesis llamada Planificación Estratégica de una organización en transporte terrestre, universidad Politécnica en Cartagena – Cartagena. Se dio la conclusión en que la mayor iniciación de las reservas junto con la mayor lucha internacional lleva un sistema de abastecimiento más rápido, fiable; que es requerido el desarrollo en la tecnología para agrandar un requerimiento cada día más especificada, siendo, el sector del transporte y la estrategia fuente de originalidad. Una vez realizada la determinación del componente esencial del éxito en la empresa según las cuatro perspectivas en la empresa se fija una estrategia competitiva para el análisis con la finalidad de mejorar las soluciones de la empresa y poder posicionarla. Con la conclusión, que se detecte cuáles son las ventajas para incrementarlas y cuáles son sus fortalezas para utilizar al máximo y cuáles son sus debilitamientos para minimizarlas y cuáles son sus amenazas para sea imparcial. Báten (2014) en la tesis planificación estratégica titulado “Planificación estratégica y productividad laboral” – Guatemala. La planificación estratégica en beneficiar un óptimo encargo al cliente y que se manifiestan las exigencias entre ambos. Se efectuó que en la planificación estratégica se accederá a una toma de decisiones en forma eficiente, eficaz en una solución de los asuntos administrativos como en los empresariales. Se concluyó en los hoteles tres estrellas en ciudad de Quetzaltenango se utilizó la planificación estratégica con atención de ayuda, porque se beneficia en forma homogénea en asuntos administrativos; por ello, se ayuda que el personal sepa el área de trabajo y sea más eficiente en el momento en ofrecer un servicio requerido.

En las tesis nacionales relacionada a la variable Planificación estratégica son: López (2014) concluye que, realizó una tesis titulada “Planificación Estratégica Empresarial, Pucallpa, 2014. Universidad Privada de Pucallpa, Pucallpa – Perú”. Se refiere a que toda empresa proyecta planificación estratégica para el resultado de sus metas propuestas, estos planes que son a corto, mediano y largo plazo, conforme a la anchura, volumen en la empresa. En conclusión, a ello se responsabiliza en medida de los proyectos, tareas se tiene que realizar por ende una unidad ejecutada que son los niveles sobresalientes o bajos. El presupuesto revela en consecuencia consecuente de la atención en cuyos planes básicos, estimado que lo fundamental es conocer y efectuar precisamente en propósitos para alcanzar las metas en las empresas. Por finalidad, es de suma importancia conocer que la organización debe especificar con la precisión cuya misión se requiere en la empresa, cuya misión es esencial porque se simboliza en varios cargos y que se va a ejecutar en el mercado y se va suministrado hacia los clientes. Roalcaba (2014), propone en la tesis titulado “Planificación estratégico en la sección en el carbón mineral del Perú”, para tener un grado de Magister en Dirección estratégica, Pontificia Universidad Católica del Perú, en la ciudad de Lima, en la averiguación terminó en momentos de la posición economista deficiente, en liderazgo en el gerente general en ejercitar por intachable dirección estratégica que se obtuvo el resurgimiento en fabricación, clima en el ambiente de trabajo; exponiendo una correlación entre planificación y administración estratégica. Concluyó en la erradicación en el mineral, cuyo país competidor es Colombia, ya que es mayor productor en carbón mineral.

Las teorías relacionadas a la primera variable de planificación estratégica son: Frey (2015) se define que la planificación estratégica se desarrolla como una orientación con el propósito para una óptima toma de decisiones de una organización. Ibarra (2014) se define como la planificación de forma general que obtiene la óptima administración de un desarrollo. De forma, esencial es la producción de un sistema global de objetivos, como es el planteamiento de las soluciones que acceda la empresa. Steiner (2014) se define como el proceso en determinar los objetivos y metas de una organización, tal como son las políticas

y estrategias que van a gobernar la operación, compra y colocación para adquirir dichos objetivos y tomar óptimas decisiones.

Con relación a las dimensiones de la primera variable Planificación estratégica son: Blan (2015) define que la decisión se define como una elección que se hace entre varias alternativas. Precisión definitiva establecida en un asunto. Balestrini (2014) se define que los objetivos orientan la acción que se está en un continuo desarrollo en la investigación proyectada; al concretar lo que se ha de aprender en el cuadro en el problema del objeto de estudio. Morrissey (2014) define que es una sucesión de acciones muy determinadas, orientada para determinar un fin determinado.

Las teorías científicas relacionada al tema son: Kotler (2010) menciona que, en el mercado global es competitivo, a veces resulta más accesible despachar un producto que hacer llegar hacia a los clientes. Las empresas tienen que decidir cuál es la óptima forma más concerniente al almacenar, manipular y trasladar los productos y los servicios de modalidad que estén utilizables para los clientes, en el momento adecuado y en el lugar oportuno. La física distribución y eficiencia logística tienen un impacto de suma importancia tanto en la satisfacción en el cliente como en coste en la empresa. Graffe (1901) menciona en los resultados obtenidos sobre sus estudios en un libro conocido "Principios del management científico". Precisó una teoría científica referente en base de los estudios relativo a las estrategias y al tiempo que aumentan en eficiencia del proceso. Por ello, se obtiene la teoría científica, debido al empeño en aplicar diversos métodos en ciencia a cuestiones en la administración para lograr una elevada eficiencia industrial. Enfocado en un sistema más de planificación, la teoría es aplicada para las organizaciones, donde se muestra que las organizaciones prestan atención a las estrategias, los objetivos para lograr la visión en una empresa. Por lo tanto, la teoría se basa en explicar y dar a conocer las estrategias, la interacción de los objetivos dentro de la organización.

Con relación a la segunda variable Canal de distribución, según Dongfeng & Sijie (2020) concluyeron que la tasa y el coste están en orden sobre las óptimas decisiones y el rendimiento de los canales de distribución y cadena de suministro. Junsong, Xuan & Yunchuan (2020) concluyeron que la estructura en el canal de distribución aporta a un acuerdo en el reparto de forma ascendente a los canales. Parquer (2020) concluye que los cumplimientos de los tipos de los canales están unido a variados factores condicionales anticipadamente respaldados por distribuciones a canales conocidas. Aybek *et al.* (2019) concluyeron que los procedimientos para contar la distribución de los residuos fluviales en los diferentes canales. Ieng (2019) concluye que la variedad para las organizaciones es constituir los canales de distribución, teniendo la estructura del mercado. Zhou (2019) concluye que la relación en conexión en cuerpo de arena y detalla el canal que tuvo un ajuste en desarrollo, lo cual el canal de agua es incrementado. Kidambi, Brenne & Düring (2018) concluyeron que en el tema de estudio de estado térmico de simulación de canales se realiza en base a una configuración completa. Mulyadi, Sucita & Rahmawan (2018) concluyeron que la construcción de la generación distribuida en los canales de distribución 20 kv. Shrivastava & Tajiri (2016) concluyeron que en la química nuclear se expresó numéricamente la distribución de corriente eléctrica. Udit & Tajiri (2016) concluyeron que tener una diferencia entre el canal de capa y la distribución no balanceada de la saturación de agua, se valoró la vinculación de oxígeno con las condiciones húmedas. Zagatto *et al.* (2016) quienes concluyen que el estudio de propiedades de entrecruzar los estados de luz energética, tal como la distribución continuada de los canales de energía libre. Shrivastava & Kazuya (2015) concluyen que los datos en dispersión elástica fueron bien explicados por predominación de los canales y se indicó la probabilidad de ingresar nuevos canales. Shrivastava & Kazuya (2015) concluyen que las diferencias en las secuencias del transporte del canal hacia los niveles y la proyección hacia el canal no uniforme de la congestión del agua. Cervera & Mafé (2013) concluyeron que la multiplicidad de entradas en respuesta de los dominios de canales de los iones de tensión encerrada.

La tesis a nivel internacional relacionada a la segunda variable Canal de distribución son: Huanca (2014) en su tesis “Los canales de distribución y su evidencia en las ventas en la empresa San Leonardo” de la ciudad de Archidona – Ecuador (tesis de pregrado) la investigación enfocó que el estudio se realizó se establece cómo se perjudica a la empresa “San Leonardo” la deficiente aplicación de los canales de distribución en la capacidad en ventas. Se determinó que en la mayoría de los clientes compran embutidos; ya tienen noción de la empresa que está puesto en el mercado, que se ubican adentro de los clientes que son potenciales en la empresa. Concluyó que mayores veces en los pedidos en embutidos se realizan los clientes y tienen un gran aprecio por su calidad, precio porque es un producto de más consumo para los clientes, además la forma de entrega es inmediata. Casasola (2010) en su tesis, “Conflictos en los Canales de Distribución” en cuanto a los más rebajado lo económico parece un canal de distribución, mientras que menos probabilidad tiene menos problemas y conflictos. Al tener en cuenta la estimación de las alternativas se inicia por considerar los resultados en ventas, costos y además en las utilidades. Por ello, las dos elecciones son: la fuerza rentable de la empresa y la representación de ventas en el productor. Además, se conocer que el óptimo sistema es la relación entre las ventas y en los costos. Se realizan a través de una premeditación en el cálculo de ventas que se le hace en el sistema, asimismo ya que el costo se relaciona al nivel de las mismas.

La tesis a nivel nacional relacionadas a la segunda variable Canal de distribución son: Valdivia & Gonzales (2016) en la tesis titulado “Distribución para incrementar las ventas de la empresa Ginsac Import SAC. Chiclayo, 2016”, situado en Perú. Afirma que se encuentra aglomerado de acuerdo a la distribución comercial, tal motivo conlleva problemas de alta densidad, por extensa cantidad de importadores que llevan variedad de marcas y productos cuales son, (Distribuidora Importadora Peru, Importadora Milan SAC., Importaciones Tecnograss Perú SAC.), por ello, las empresas que entran en el mercado están siendo regidas por un alto régimen en requisitos sanitarios. Para las empresas trabajar con exclusividad en marca por tipo de producto concentran un alto porcentaje en las ventas totales, como supermercados e hipermercados

y las grandes tiendas. Estos supermercados tienden almacenar un 60% del mercado. Su más alto volumen de ventas les permite un importante poder de negociación con los proveedores y, por ello, obtienen una característica ventaja en costos. Como podemos analizar en la empresa Ginsac Import SAC., en Chiclayo, hasta ahora se ha mantenido firme y cada vez más conocido en el mercado, la comercialización de sus productos es de suma importancia y tiene presencia prestigiosa cadena de supermercados, ósea los mayoristas. Roalcaba (2014), propone en la tesis titulado “Canal de distribución en el sector del carbón mineral del Perú”, para obtener el grado de Magister en Dirección estratégica, en la Pontificia Universidad Católica del Perú, en la ciudad de Lima, la averiguación concluyó en oportunidades en una posición economista decreciente, liderazgo en el gerente general en ejercitar unos canales de distribución es concerniente señalar; que para llegar a los clientes finales es óptimo determinar que todos los canales necesarios para llegar en óptimas condiciones al servicio que produce en el sector en el carbón mineral del Perú. Se concluyó, que la extracción en el carbón del mineral, el país competidor es Colombia, ya que es fuente de mayor productor en carbón mineral.

Las teorías relacionadas a la segunda variable de Canal de distribución son: Armstrong (2014) menciona que es un grupo de distribuciones en interactuar entre sí, para que reparten el proceso para ofrecer un servicio y producto a la habilidad del consumidor. Sánchez (2014) menciona que el grupo de personas y empresas interactuadas en los tipos de distribución interactuando con la distribución. En canal incorpora al productor y el cliente terminado de fabricante, así como son los intermediarios, los detallistas, y se empieza un nuevo canal mayorista. La distribución de los canales ser frecuente a ser directa, indirecta y mixta. Valdés (2014) menciona que el canal de distribución son vías escogidas por una empresa que el producto transita desde que es establecido hasta que tenga el propósito en llegar al consumidor final.

Con relación a la dimensión de la segunda variable Canal de distribución son: Pacheco (2019) define que, dentro de los canales de la comercialización, se encuentran diversos tipos de distribución que han sido creados para disminuir los costos de la logística y del transporte que acortan el proceso de distribución. Sierra (2015) define que el vínculo de un grupo de acciones que se podrían realizar desde la preparación del producto, que inicia desde la elaboración hasta su adquisición por el consumidor. Milio (2014) define que, para rebajar los precios y del transporte que disminuye el proceso de distribución.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El estudio fue de tipo aplicada, en cual se sustenta en el libro de Baena (2017) en que la investigación aplicada tiene como objetivo el estudio de un problema, por ello se lleva a la práctica las teorías generales con el fin de resolver las necesidades y los problemas planteados.

3.1.2 Diseño de investigación

- **Diseño: No experimental de corte transversal**

La investigación se sustenta en el libro de Hernández, Fernández & Baptista (2014) donde mencionan que el diseño no experimental se basa en observación de los sucesos, sin manipular las variables de estudio. Además, de ello, es transversal ya que se recolecta datos por única vez, con el fin de explicar las variables y su correlación.

- **Nivel: Descriptivo correlacional**

Dicha afirmación ha tenido como sustento a Bernal (2010) quien define en su libro que la investigación correlacional tiene como propósito examinar y mostrar la relación o asociación, así como los resultados que tienen las variables.

- **Enfoque: Cuantitativo**

La investigación es de enfoque cuantitativo como sustenta Hernández, Fernández & Baptista (2014) donde mencionan que la investigación cuantitativa es aquella investigación que busca cuantificar datos en fenómenos susceptibles de medición, es decir, es la investigación en donde se recolecta y analiza datos para la estadística.

- **Método: Hipotético deductivo**

Dicha información se sustenta con el libro de metodología de investigación de Bernal (2010) en el que define que las investigaciones de método hipotético deductivo parte de conocimientos generales a conocimientos específicos asimismo tienen como base supuestos, tales como hipótesis e intentos de refutar o falsear hipótesis, y extrae de ellas conclusiones que deben ser confrontadas con los hechos.

3.2 Variables y operacionalización:

3.2.1 Variable X: Planificación estratégica

- Definición conceptual:

Para Steiner (2014) se define como el proceso en determinar los objetivos y metas de una organización, tal como son las políticas y estrategias que van a gobernar la operación, compra y colocación para adquirir dichos objetivos y tomar óptimas decisiones.

- Definición operacional:

Para medir la variable de investigación se han determinado las dimensiones, indicadores, así como los ítems, que conforman el instrumento que han permitido recoger los datos en la población o en la población establecida.

Dimensión 1: Objetivos

Balestrini (2014) se define que los objetivos orientan la acción que se está en un continuo desarrollo en la investigación proyectada; al concretar lo que se ha de aprender en el cuadro en el problema del objeto de estudio.

- ✓ Indicador Corto Plazo: Se obtiene el objetivo en un día, semana y meses.
- ✓ Indicador Mediano Plazo: Se obtiene los objetivos en un periodo entre dos y diez años.
- ✓ Indicador Largo Plazo: Se obtiene los objetivos en un periodo de más de diez años.

Dimensión 2: Estrategias

Morrisey (2014) define que es una sucesión de acciones muy determinadas, orientada para determinar un fin determinado.

- ✓ Indicador Producción: Es cualquier proceso idóneo para convertir un grupo de elementos de fundamento en un conjunto determinado de elementos de salida.
- ✓ Indicador Financiera: Es una terminación que muestra un uso periódico en el ámbito de las finanzas y de los negocios.
- ✓ Indicador Ventas: Es el proceso personal o impersonal por el que el comerciante verifica, activa y sacia las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (comerciante y el comprador)

Dimensión 3: Decisiones

Blan (2015) define que la decisión se define como una elección que se hace entre varias alternativas. Precisión definitiva establecida en un asunto.

- ✓ Indicador Calidad: Se refiere en la amplitud de un elemento en satisfacer las necesidades entendidas o evidentes según el elemento importante, para una realización en requisitos de la calidad.
- ✓ Indicador Cantidad: Es medible en expresar numéricamente, pues es capaz de aumentar o disminuir la cantidad.
- ✓ Indicador Costo: El costo, también es nombrado coste, es el gasto económico producido por la producción de un bien y la oferta de cualquier servicio. Tomando un bien, teniendo un costo equilibrado en un producto requiriendo de tomar la decisión en comprar o no el producto anhelado.

- **Escala de medición:**

La escala de medición que se utilizó es ordinal, la misma que se sustenta en el libro de Hernández, Fernández & Baptista (2014) donde detalla que la escala ordinal mantiene un orden de mayor a menor, por lo cual se indica la jerarquía y se mide por el valor de escalas.

3.2.2 Variable Y: Canal de distribución

- Definición conceptual:

Según Sánchez (2014) define que consiste en el grupo de personas y empresas conocidos en los tipos de distribución interactuando con la distribución. En el canal incluye el productor y el cliente terminado del fabricante, así como son los intermediarios, los detallistas, y se empieza un nuevo canal mayorista. La distribución de los canales ser frecuente a ser directa, indirecta y mixta.

- Definición operacional:

Para medir la variable de investigación se ha determinado las dimensiones, indicadores, así como los ítems, que conforman el instrumento que han permitido recoger los datos en la población o en la población establecida.

Dimensión 4: Tipos de distribución

Pacheco (2019) define que, dentro de los canales de la comercialización, se encuentran variados tipos de distribución que han sido creados para disminuir el coste de la logística y del transporte que disminuye el proceso en distribución.

- ✓ Indicador Intensiva: Que es en forma continuada y en un periodo mínimo de tiempo; se hace de forma intensa y activa en periodo de distribución.
- ✓ Indicador Selectiva: Es de manera que se selecciona; de manera que se selecciona con gran precaución de las cosas que se anhela de forma selectiva, en un momento único.
- ✓ Indicador Exclusiva: Que es único entre otros procesos en distribuir de manera oportuna y en tiempo determinado.

Dimensión 5: Niveles

Milio (2014) define que, para reducir los precios y del tipo en transporte que se disminuye el proceso y tiempo de distribución.

- ✓ Indicador Mayorista: Es un comercio entre compra y venta al por mayor, utilizando el precio reducido ante la compra en diversidad de productos.
- ✓ Indicador Minorista: Es un comercio entre la compra del vendedor con un determinado fin, que la venta hacia un cliente, en ocasiones el precio es un poco elevado, por ello, es negocio que vende un producto o servicio a un cliente cuyo uso es personal.
- ✓ Indicador Cobertura de mercado: La decisión estratégica en la cobertura de mercado se dirige a haber mayor o menor capacidad en puntos en la venta en un fijo lugar. Lo cual podrían ser intensiva, exclusiva y selectiva, en su elección está sujeta en particularidades en el producto, además en comportamiento del consumidor.

Dimensión 6: Distribución

Sierra (2015) define que se vincula al grupo de hechos que se trasladan a cabo desde que un artículo se produce por parte del fabricante hasta que es adquirido por los consumidores finales.

- ✓ Indicador Directa: Se realiza cuando la organización es responsable del artículo cuya finalidad lo compra el consumidor final, la cual sea a través de agentes comerciales o vendedores propios.
- ✓ Indicador Indirecta: Es mediante el proceso en entrega del fabricante y el cliente final, que cuenta con un singular o más intermediarios, por lo cual, es más costoso y extenso que lo promovido en la distribución directa: Son los intermediarios que realizan compras en los productos hacia el fabricante y posteriormente lo revenden hacia a los consumidores finales,

y pueden ser mayoristas como también minoristas, los agentes de reenvíos y los distribuidores.

- ✓ Indicador Mixta: En los fabricantes mayormente requieren a los canales de distribución efectivamente complejo que se acoplan a los canales directos (fabricante hacia el consumidor) y también indirectos (fabricantes hacia los intermediarios, incorporando hacia los minoristas).

- **Escala de medición:**

La escala de medición es ordinal, en misma que se detalla en el libro de Bernal (2010) donde nos dice que la escala ordinal tiene como objetivo dar orden y establecer prioridades de forma descendente y ascendente.

3.3 Población:

Para la investigación se ha tomado la población total, estuvo constituida por 50 trabajadores de la empresa Emial SRL., ubicada en el distrito de Independencia.

Al respecto Hernández, Fernández & Baptista (2014) señala que el grupo de personas u objetos que poseen características similares, el cual debe calcularse para un determinado estudio.

Unidad de análisis: Según Bernal (2010) señala que va a ser medido toda la población, es decir que se va aplicar a la totalidad de la población que son 50 trabajadores.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica: Encuesta

La técnica que se empleó en la investigación para recoger los datos de los trabajadores de la empresa Emial SRL., fue la encuesta, dicha afirmación tiene como sustento a Bernal (2010) quien define que la encuesta es una técnica para recopilar y obtener información.

3.4.2 Instrumento: Cuestionario

El instrumento fue un cuestionario en escala Likert compuesto por 18 ítems relacionadas a los indicadores de las variables, dicha afirmación se sustentó por Bernal (2010) quien afirma que el cuestionario es un grupo de preguntas respecto a una o más variables que van a medirse; esta a su vez contienen datos imprescindibles cuya finalidad en lograr los objetivos de la investigación.

3.4.3 Validez del instrumento: Juicio de expertos

La investigación se validó a través en método del juicio de expertos el mismo que fue integrado por los docentes altamente capacitados de la escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio, Dr. Cárdenas Saavedra, Abraham y Dr. Vásquez Espinoza, Juan Manuel; dicha acción tiene como donde fue evaluado por docentes reconocidos y altamente capacitados, al respecto Hernández et al. (2010) manifiestan que la validez de expertos se refiere al grado en el que el instrumento de medición mide las variables, de acuerdo con los expertos en el tema de investigación, la información dicha acción está contenida en el Anexo N°5.

3.4.4 Confiabilidad del instrumento: Alfa de Cronbach

La confiabilidad del instrumento es 0.974 considerada de acuerdo a la escala de fiabilidad contenida en el Anexo N°5 como alta; dicho resultado se logró mediante el estadístico Alfa de Cronbach con la asistencia del programa SPSS24, teniendo como fuente los resultados de una encuesta piloto a una población reducida de la muestra que fueron un total de 10 trabajadores de la empresa Emial SRL.; el procedimiento realizado tiene como sustento a en el libro de Hernández et al. (2014) donde afirma que la confiabilidad de un instrumento de medición es el grado donde se produce resultados iguales cuando se emplea varias veces al mismo sujeto y objeto.

3.5 Procedimientos

3.5.1 Metodología para recoger los datos

El recojo de la información se desarrolló a través de un cuestionario compuesto por 18 ítems a los 50 trabajadores en su totalidad de la empresa Emial SRL., el mismo que se logró mediante 50 formularios de Google Drive; dicho procedimiento tiene como sustento a Hernández et al. (2014) quienes nos define que en la recolección de datos consiste en elaborar un plan específico de procedimientos que nos ayuden a recopilar datos con un objetivo preciso.

3.5.2 Autorización del contexto de estudio

Se solicitó autorización al gerente general y dueño Alejandro Flores de la Cruz, para el recojo de los datos con el fin de elaborar la tesis titulada "Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020"; quien autorizó la acción mencionada mediante el documento contenido en el Anexo N°6.

3.5.3 Levantamiento de análisis de datos

Según Hernández *et al* (2014) nos dice que la recolección de datos incluye elaborar un plan específico de procedimientos que nos ayudan a recopilar datos con un objetivo preciso. El recojo de la información se recolectó a través de un cuestionario realizado a todos los empleados de la empresa Emial SRL., el mismo que se dio a través de formularios de Drive (encuestas).

3.6 Método de análisis de datos

En el método de análisis de datos del trabajo de investigación se utilizó fue el método descriptivo e inferencial.

3.6.1 Método descriptivo

Dicha acción ha consistido en procesar los datos de la población obteniendo tablas y gráficos mediante el programa SPSS24 lográndose la frecuencia de los valores de cada una de las variables de investigación, lo manifestado tiene como sustento a Hernández *et al.* (2019) quienes afirman que el análisis descriptivo consiste en describir la información, valores o calificación obtenida para cada variable de la investigación como resultado de aplicar tu instrumento a la muestra o casos. Pero esto se obtiene al detallar la distribución de las puntuaciones o frecuencias de tus variables.

3.6.2 Método inferencial

Dicha acción ha consistido en desarrollar la prueba de hipótesis con el estadístico Rho Spearman en el estadístico en el programa SPSS24, lográndose

como resultado una tabla con el índice de correlación y la significancia respectiva; en cada hipótesis planteada en la investigación, los mismos que han permitido analizar dichos resultados con el fin de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, así mismo dichos resultados han permitido determinar la relación que existe entre las variables y dimensiones de la investigación; lo cual tiene como sustento a Hernández *et al.* (2014) donde mencionan que la estadística inferencial es aquella que va más allá de investigar las variables, su propósito es probar hipótesis, estimar parámetros.

3.7 Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación fue realizado con sinceridad, con manera concisa, con coherencia y con resultados veraces y abiertos al análisis crítico público. Los principios éticos utilizados fueron la honestidad, la objetividad, la confidencialidad, el respeto a los autores y a la integridad, y responsabilidad. Así mismo se debe considerar los siguientes aspectos éticos como es el de respetar la libre expresión y proteger los derechos individuales de cada trabajador a encuestar; ya que de esta manera podrá obtenerse datos reales para la investigación..

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

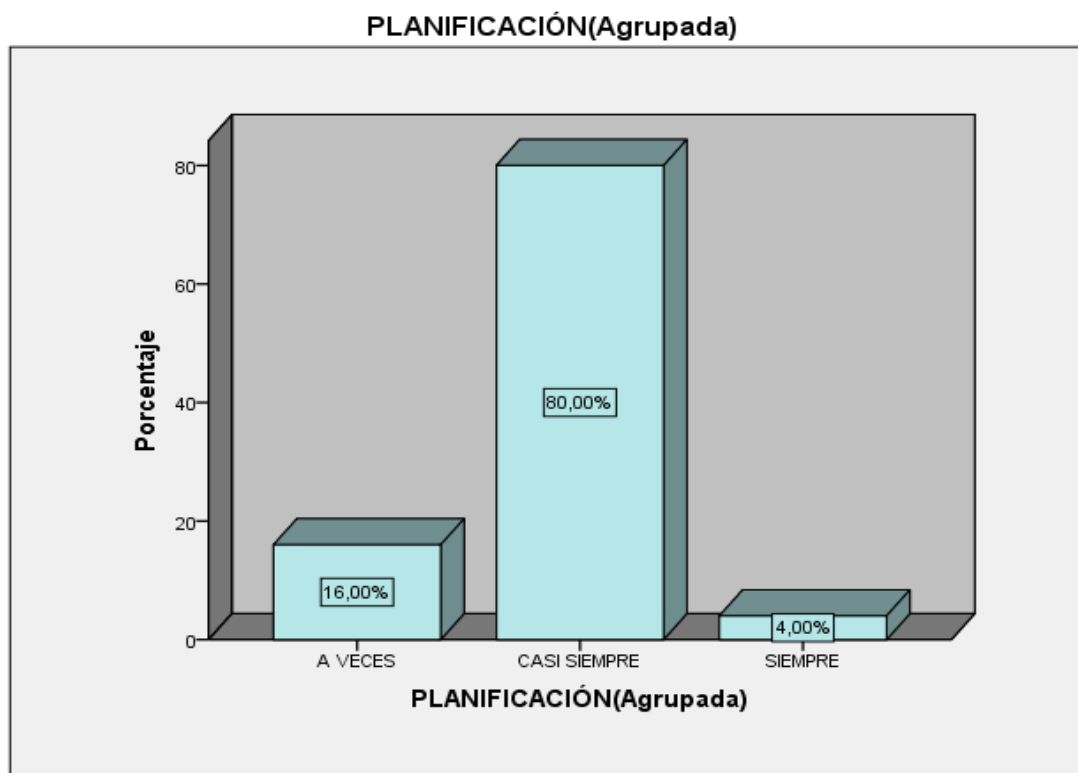
4.1.1 Variable 1: Planificación estratégica

Tabla 1: Planificación estratégica

PLANIFICACIÓN(Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	A VECES	8	16,0	16,0	16,0
Válido	CASI SIEMPRE	40	80,0	80,0	96,0
	SIEMPRE	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos en SPSS 24

Figura 1:



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta en el contexto de estudio respecto a que, si la empresa Emial SRL., desarrolla acciones de planificación estratégica que incluye las dimensiones: objetivos, estrategias y decisiones. El resultado es que el 80% consideran en casi siempre, 16% a veces y 4% siempre.

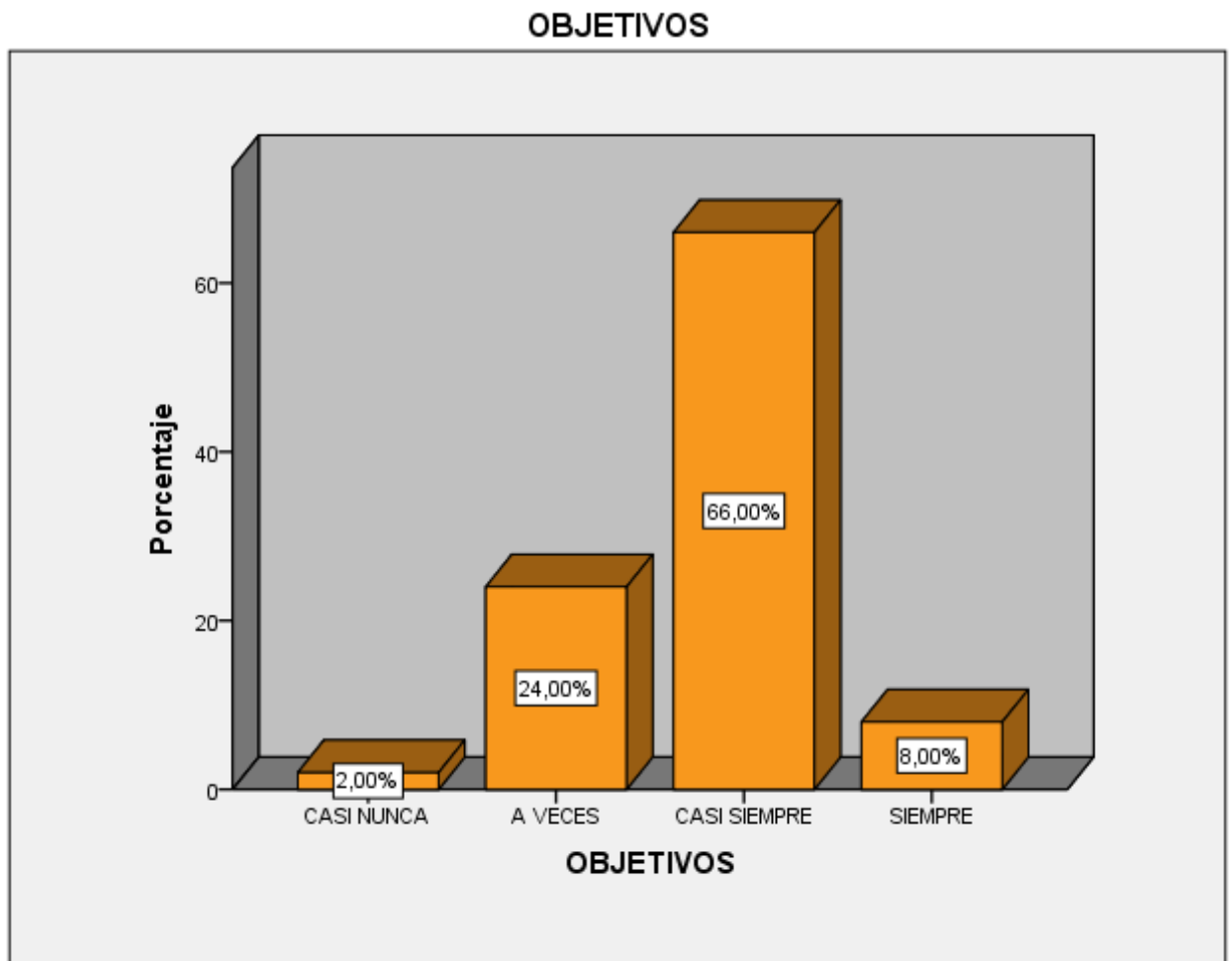
4.1.2 Dimensión 1: Objetivos

Tabla 2: Objetivos

OBJETIVOS (AGRUPADA)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	A VECES	12	24,0	24,0	26,0
Válido	CASI SIEMPRE	33	66,0	66,0	92,0
	SIEMPRE	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos en SPSS 24

Figura 2:



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta en el contexto de estudio respecto a que, si la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de objetivos. El resultado es el 66% están en casi siempre, el 24% a veces, el 8% siempre y 2% casi nunca.

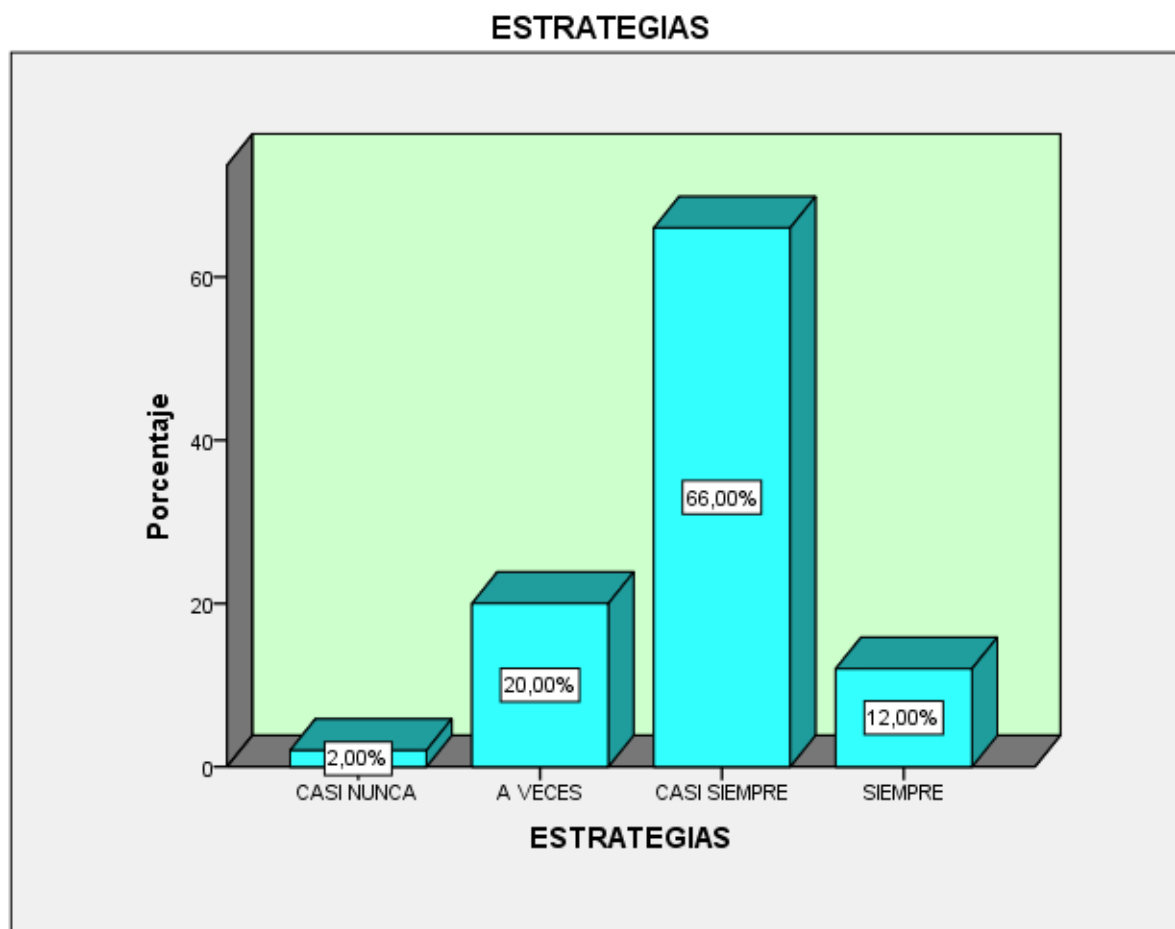
4.1.3 Dimensión 2: Estrategias

Tabla 3: Estrategias

ESTRATEGIAS (AGRUPADA)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	A VECES	10	20,0	20,0	22,0
	CASI SIEMPRE	33	66,0	66,0	88,0
	SIEMPRE	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos en SPSS 24

Figura 3:



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta en el contexto de estudio respecto a que, si la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de estrategias. El resultado es el 66% están en casi siempre, el 20% a veces, el 12% siempre y 2% casi nunca.

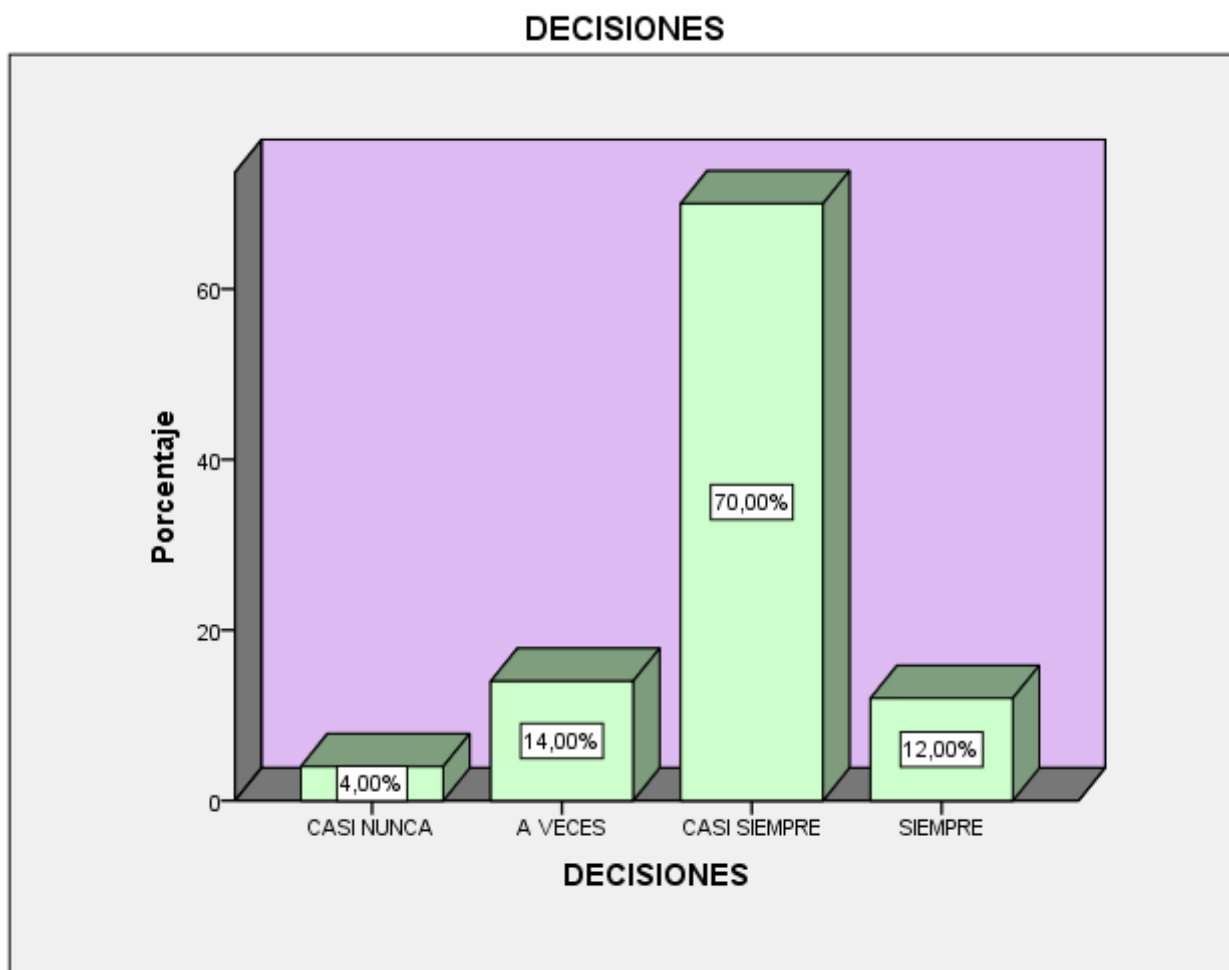
4.1.4 Dimensión 3: Decisiones

Tabla 4: Decisiones

DECISIONES (AGRUPADA)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	CASI NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	A VECES	7	14,0	14,0	18,0
Válido	CASI SIEMPRE	35	70,0	70,0	88,0
	SIEMPRE	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos en SPSS 24

Figura 4:



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta en el contexto de estudio respecto a que, si la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de decisiones. El resultado es el 70% están en casi siempre, el 14% a veces, el 12% siempre y 4% casi nunca.

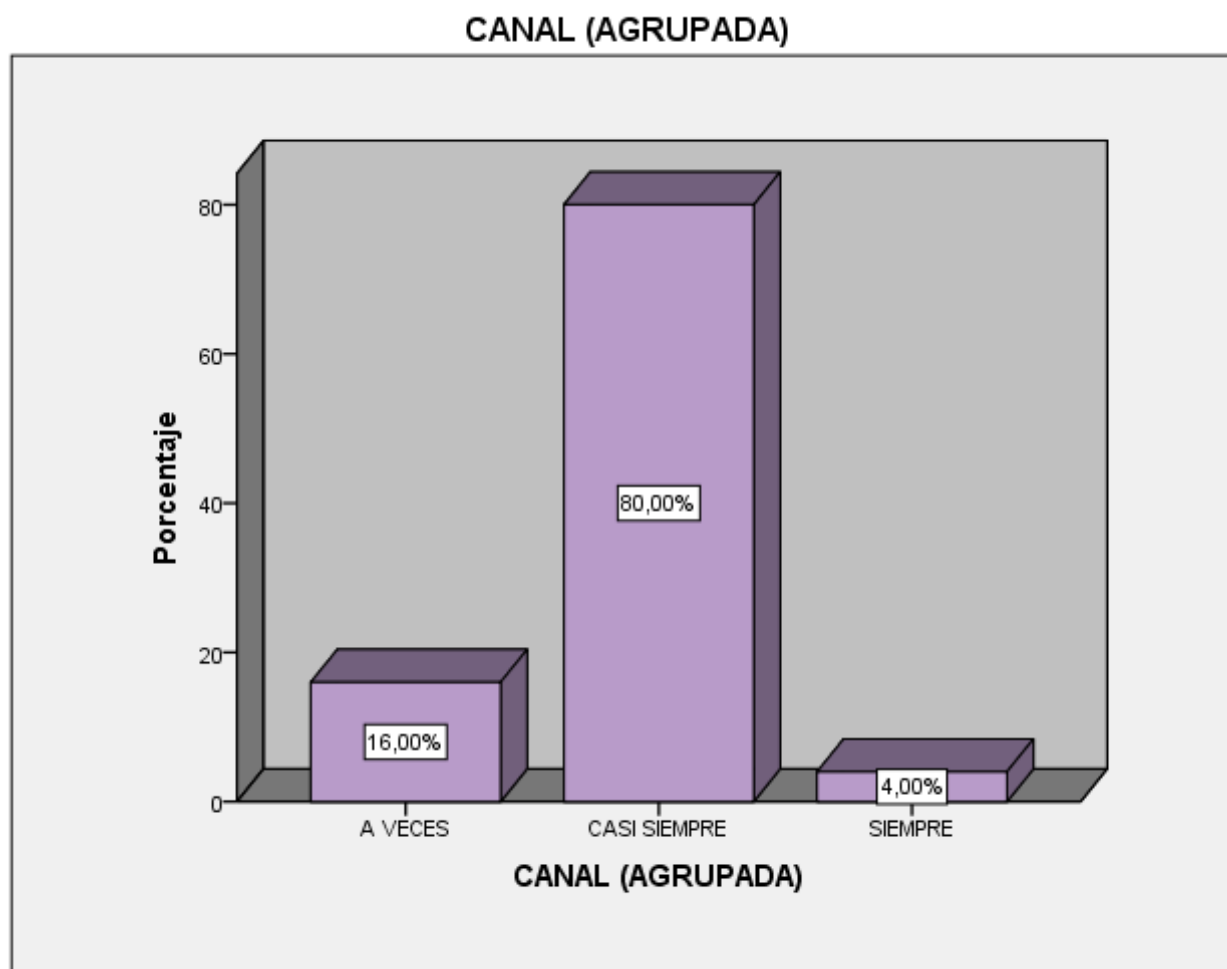
4.1.5 Variable 2: Canal de distribución

Tabla 5: Canal de distribución

CANAL (AGRUPADA)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	8	16,0	16,0	16,0
	CASI SIEMPRE	40	80,0	80,0	96,0
	SIEMPRE	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos en SPSS 24

Figura 5:



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta en el contexto de estudio respecto a que, si la empresa Emial SRL., desarrolla acciones de canal de distribución que incluye las dimensiones: Tipos de distribución, niveles y distribución. El resultado es el 80% están en casi siempre, 16% a veces y el 4% siempre.

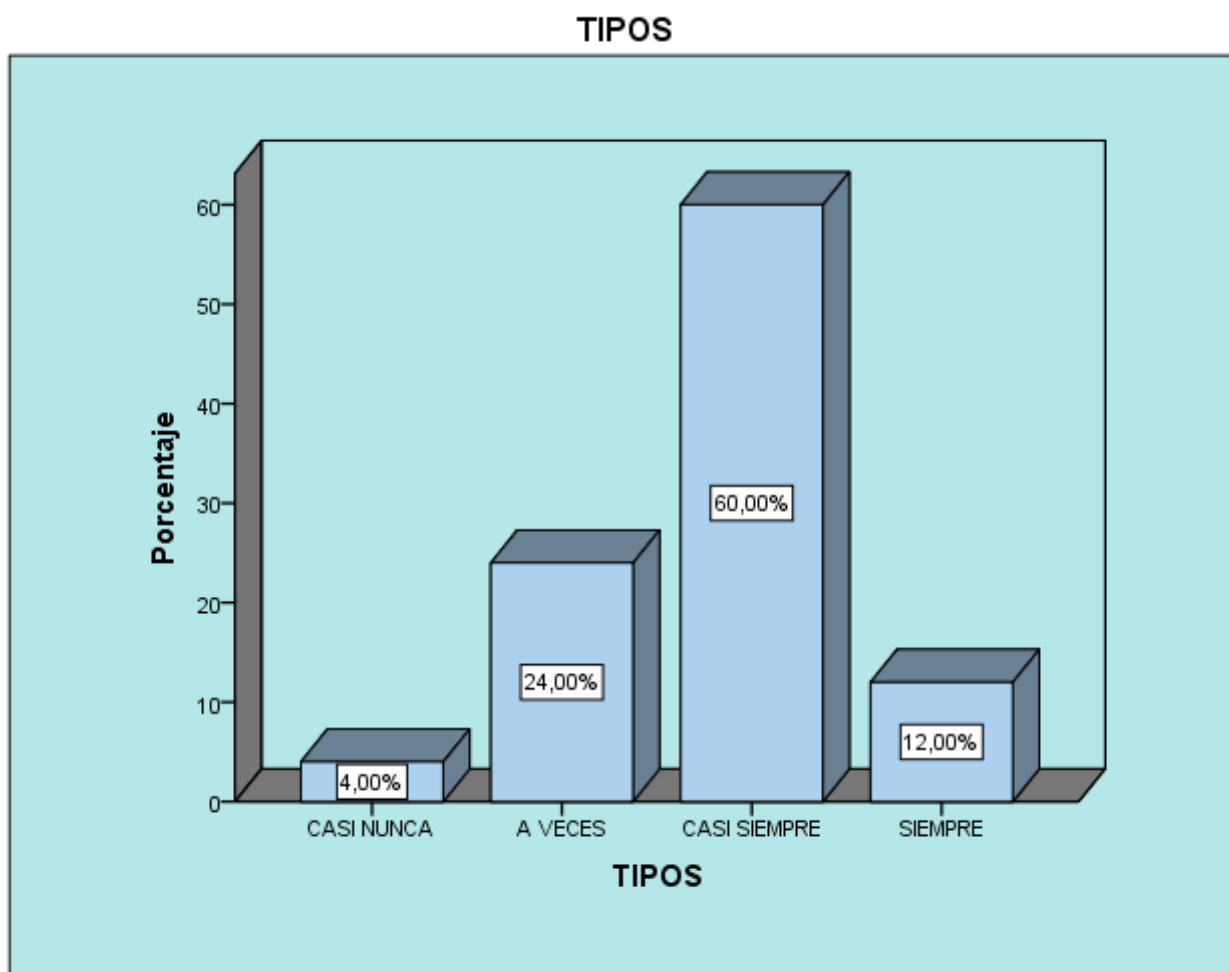
4.1.6 Dimensión 4: Tipos de distribución

Tabla 6: Tipos de distribución

TIPOS (AGRUPADA)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	CASI NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	A VECES	12	24,0	24,0	28,0
Válido	CASI SIEMPRE	30	60,0	60,0	88,0
	SIEMPRE	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos en SPSS 24

Figura 6:



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta en el contexto de estudio respecto a que, si la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de tipos de distribución. El resultado es el 60% están en casi siempre, el 24% a veces, el 12% siempre y 4% casi nunca.

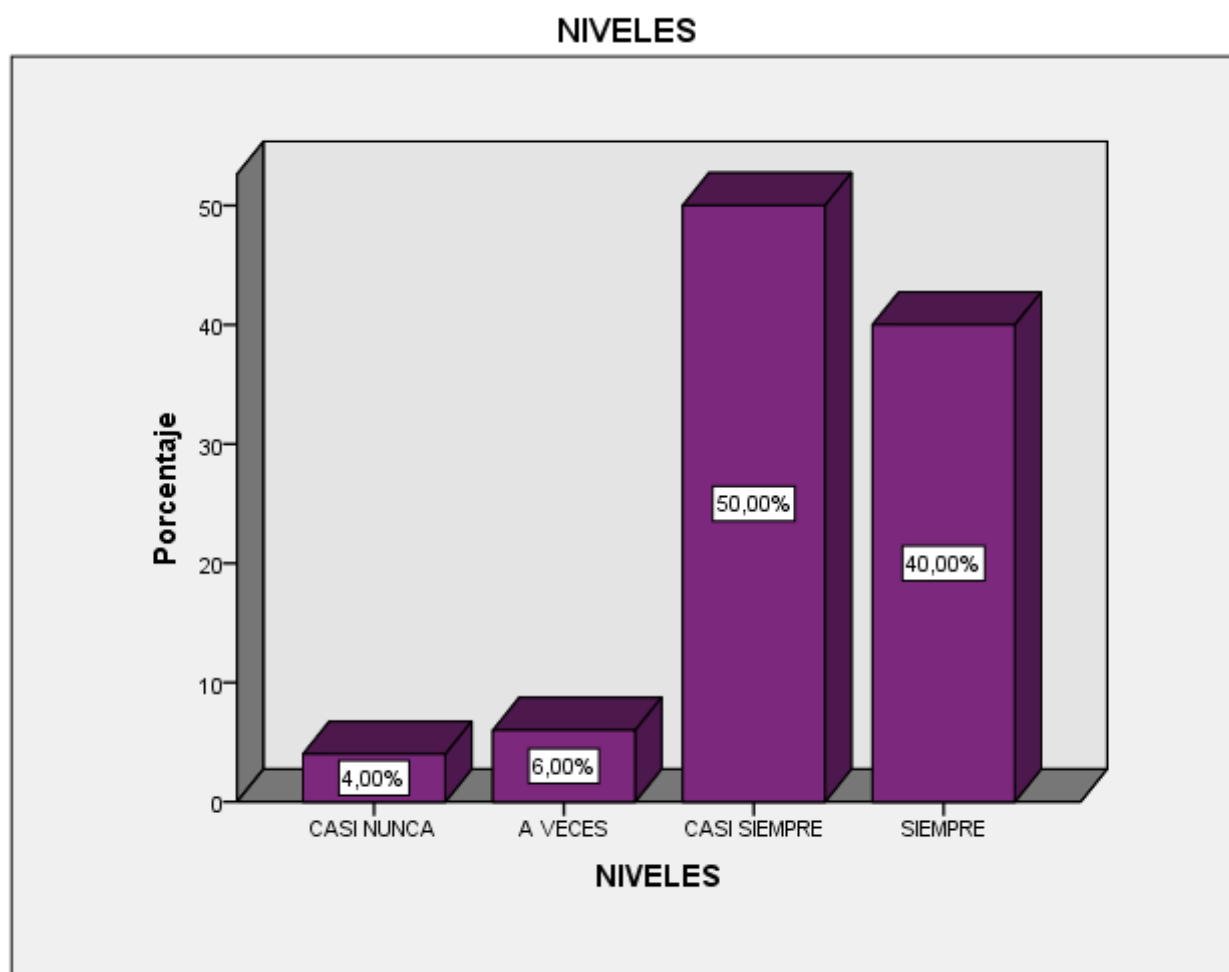
4.1.7 Dimensión 5: Niveles

Tabla 7: Niveles

NIVELES (AGRUPADA)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	A VECES	3	6,0	6,0	10,0
	CASI SIEMPRE	25	50,0	50,0	60,0
	SIEMPRE	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos en SPSS 24

Figura 7:



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta en el contexto de estudio respecto a que, si la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de niveles. El resultado es el 50% están en casi siempre, el 40% siempre, el 6% a veces y 4% casi nunca.

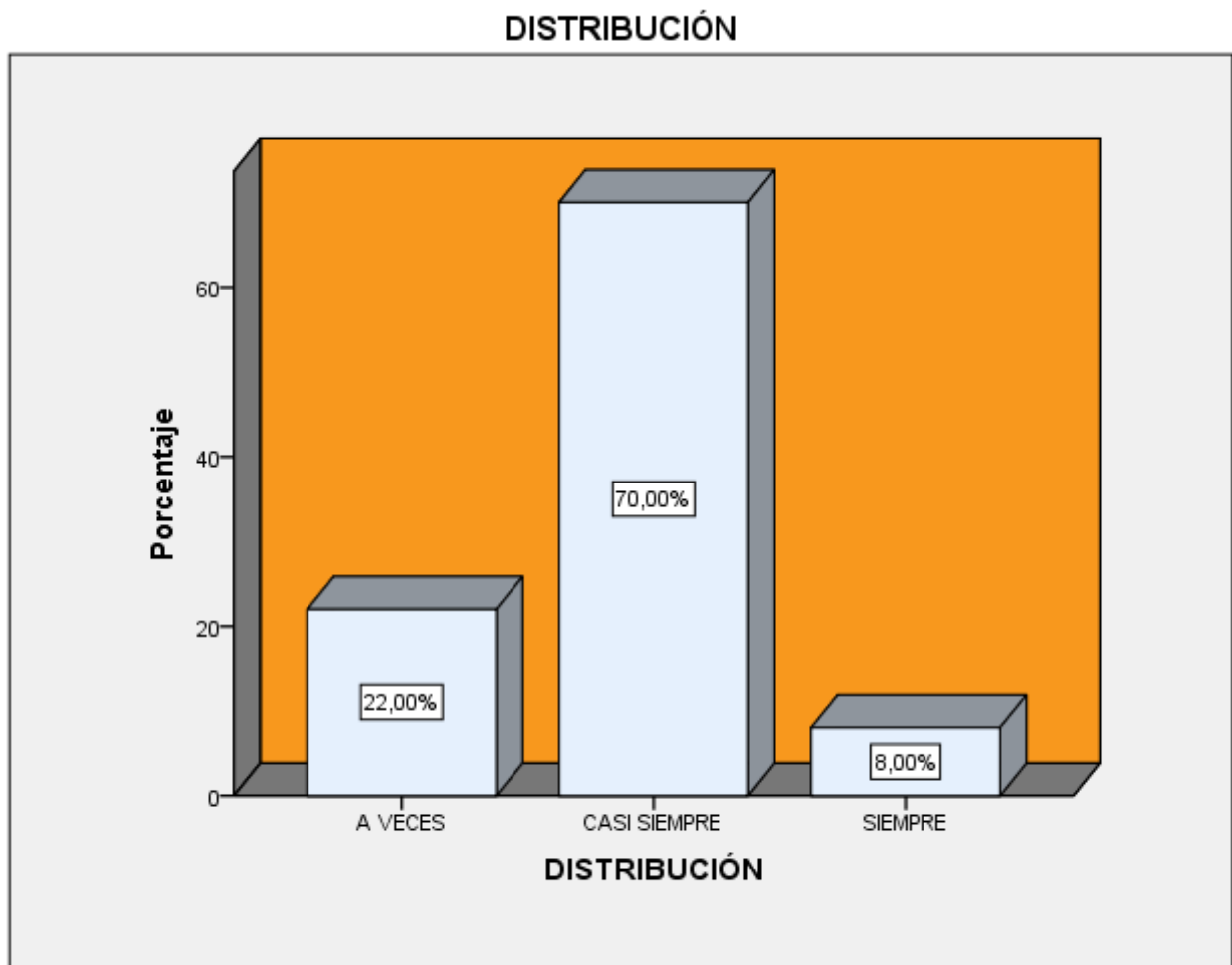
4.1.8 Dimensión 6: Distribución

Tabla 8: Distribución

DISTRIBUCIÓN (AGRUPADA)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	A VECES	11	22,0	22,0	22,0
Válido	CASI SIEMPRE	35	70,0	70,0	92,0
	SIEMPRE	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos en SPSS 24

Figura 8:



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta en el contexto de estudio respecto a que, si la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de distribución. El resultado es el 70% están en casi siempre, el 22% a veces y el 8% siempre.

4.2 Análisis inferencial

4.2.1 Prueba de normalidad

Tabla 9: Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
PLANIFICACIÓN (Agrupada)	,449	50	,000	,589	50	,000
CANAL (Agrupada)	,449	50	,000	,589	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Hipótesis:

Ho: La población tiene distribución normal

Ha: La población no tiene distribución normal

Luego se comparó la significancia pre establecida de $T = 0,05$ de acuerdo con el 95% de nivel de confianza establecido con la significación determinada en la tabla N°9 de prueba de normalidad según columna Sig.

Regla de decisión:

- Si $\text{Sig } \alpha < \text{Sig } T$, se rechaza la Hipótesis Nula (Ho) y se acepta la Hipótesis alterna (Ha)
- Si $\text{Sig } \alpha > \text{Sig } T$, se acepta la hipótesis Nula (Ho) y se rechaza la Hipótesis alterna (Ha)

Interpretación:

De acuerdo al resultado que se aprecian en la tabla N°9 “prueba de normalidad”, en la significancia encontrada en acuerdo al estadístico Shapiro Wilk es de 0.000; así mismo de acuerdo a la regla de decisión $\alpha < 0.05$ se acepta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna por lo tanto la distribución de la población es no normal o no paramétrica.

4.2.2 Coeficiente de correlación y reglas de decisión

Tabla 10: Coeficiente de Correlación

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Tomado de Metodología de la investigación, quinta edición, por Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2010, México D.F., México: McGraw-Hill

Condiciones:

- Sig T = 5%
- Nivel de aceptación 95%
- Z=1,96

Regla de decisión:

- a) Si $\alpha > 0.05$, se acepta la Hipótesis nula (H_0) y se rechaza la Hipótesis alterna (H_a).
- b) Si $\alpha < 0.05$, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la Hipótesis alterna (H_a).

4.2.3 Prueba de Hipótesis General

Ha: Existe relación significativa de la planificación estratégica con los canales de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020

Ho: No existe relación significativa de la planificación estratégica con los canales de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020

Tabla 11: Prueba de hipótesis general

Correlaciones				
			PLANIFICACIÓN (Agrupada)	CANAL (Agrupada)
Rho de	PLANIFICACIÓN (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	0,974**
		Sig. (unilateral)	.	.
		N	50	50
Spearman	CANAL (AGRUPADA)	Coeficiente de correlación	0,974**	1,000
		Sig. (unilateral)	.	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

Interpretación:

De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N° 11, el coeficiente de correlación Rho Spearman es 0,974 y la significancia es 0,000; considerando la tabla N° 10 el nivel de correlación es positiva perfecta, y teniendo en cuenta la regla de decisión Sig. T. Si $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; en consecuencia, se ha determinado que existe relación significativa de las variables planificación estratégica y canal de distribución.

4.2.4 Prueba de Hipótesis Específica 1

Ha: Existe relación significativa de la planificación estratégica con los tipos de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020

Ho: No existe relación significativa de la planificación estratégica con los tipos de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020

Tabla 12: Prueba de hipótesis específica 1

Correlaciones				
			PLANIFICACIÓN	TIPOS
			(Agrupada)	(Agrupada)
Rho de	PLANIFICACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000	,554**
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	50	50
Spearman	TIPOS	Coeficiente de correlación	,554**	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

Interpretación:

De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N° 12, el coeficiente de correlación Rho Spearman es de 0,554 y la significancia es de 0,000; considerando la tabla N° 10 el nivel de correlación es positiva considerable y teniendo en cuenta la regla de decisión Sig. T. Si $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; en consecuencia, se ha determinado que existe relación significativa de la planificación estratégica con los tipos de distribución.

4.2.5 Prueba de Hipótesis Específica 2

Ha: Existe relación significativa de la planificación estratégica con los niveles en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020

Ho: No existe relación significativa de la planificación estratégica con los niveles en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020

Tabla 13: Prueba de hipótesis específica 2

Correlaciones				
			PLANIFICACIÓN (Agrupada)	NIVELES (Agrupada)
Rho de Spearman	PLANIFICACIÓN (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,490**
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	50	50
	NIVELES (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,490**	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

Interpretación:

De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N° 13, el coeficiente de correlación Rho Spearman es de 0,490 y la significancia es de 0,000; considerando la tabla N° 10 el nivel de correlación es positiva media y teniendo en cuenta la regla de decisión Sig. T. Si $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; en consecuencia, se ha determinado que existe relación significativa de la planificación estratégica con los niveles.

4.2.6 Prueba de Hipótesis Específica 3

Ha: Existe relación significativa de la planificación estratégica con la distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020

Ho: No existe relación significativa de la planificación estratégica con la distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020

Tabla 14: Prueba de hipótesis específica 3

Correlaciones				
			PLANIFICACIÓN	DISTRIBUCIÓN
			(Agrupada)	(Agrupada)
Rho de	PLANIFICACIÓN (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,549**
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	50	50
Spearman	DISTRIBUCIÓN (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,549**	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

Interpretación:

De acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla N° 14, el coeficiente de correlación Rho Spearman es de 0,549 y la significancia es de 0,000; considerando la tabla N° 10 el nivel de correlación es positiva considerable y teniendo en cuenta la regla de decisión Sig. T. Si $\alpha < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; en consecuencia, se ha determinado que existe relación significativa de la planificación estratégica con la distribución.

V. DISCUSIÓN

5.1 Objetivo general:

Teniendo en cuenta que el objetivo general de la investigación ha sido determinar la relación de la planificación estratégica y los canales de distribución de la empresa Emial SRL., Independencia, 2020; los resultados conseguidos han permitido concluir que existe relación significativa entre ambas variables, lo cual se evidencia en el coeficiente de Rho Spearman que es de 0,974.

Dichos resultados están comprendidos en las teorías de Kotler (2010) quien afirma que el mercado global es competitivo, a veces resulta más accesible despachar un producto que hacer llegar hacia a los clientes. En cuanto en la planificación científica en las empresas tienen que decidir cuál es la óptima forma más concerniente al almacenar, manipular y trasladar los productos y los servicios de modalidad que estén utilizables para los clientes, en el momento adecuado y en el lugar oportuno. Graffe (1901) quien menciona en los resultados obtenidos sobre sus estudios en un libro conocido "Principios del management científico". Precisó una teoría científica referente en base de los estudios relativo a las estrategias y al tiempo que aumentan en eficiencia del proceso. Por ello, se obtiene la teoría científica, debido al empeño de adherir diversos métodos de ciencia a cuestiones en la administración para lograr una elevada eficiencia industrial. Enfocado en un sistema más de planificación, la teoría es aplicada para las organizaciones, donde se muestra que las organizaciones prestan atención a las estrategias, los objetivos para lograr la visión en una empresa. Por lo tanto, la teoría se basa en explicar y dar a conocer las estrategias, la interacción de los objetivos dentro de la organización.

Así mismo, tienen coherencia con los resultados y/o conclusiones de los artículos científicos de Aryani (2020) concluye que es de suma importancia la planificación estratégica para una enseñanza sobresaliente, en algunas ocasiones, fundamentalmente para enfrentar desafíos. Vedenkina (2019) concluye que para abordar la planificación estratégica se debe tener en cuenta los objetivos, métodos y metodología en la planificación estratégica. Dongfeng & Sijie (2020) concluyeron que la tasa y el coste están en orden sobre las óptimas decisiones y el rendimiento

de los canales de distribución y cadena de suministro. Junsong, Xuan & Yunchuan (2020) concluyen que la estructura en el canal de distribución aporta a un acuerdo en el reparto de forma ascendente a los canales.

Por otro lado, existe coherencia con las conclusiones de las tesis a nivel internacional de la variable planificación estratégica de Bâten (2014) concluyó que la planificación estratégica en beneficiar un óptimo encargo al cliente y que se manifiestan las exigencias entre ambos. Se efectuó que en la planificación estratégica se accederá a una toma de decisiones en forma eficiente, eficaz en una solución de los asuntos administrativos como en los empresariales. Se concluyó en los hoteles tres estrellas en ciudad de Quetzaltenango se utilizó la planificación estratégica con atención de ayuda, porque se beneficia en forma homogénea en asuntos administrativos; por ello, se ayuda que el personal sepa el área de trabajo y sea más eficiente en el momento en ofrecer un servicio requerido. La variable canal de distribución de Casasola (2010) concluyó que en cuanto a los más rebajado lo económico parece un canal de distribución, mientras que menos probabilidad tiene menos problemas y conflictos. Al tener en cuenta la estimación de las alternativas se inicia por considerar los resultados en ventas, costos y además en las utilidades. Por ello, las dos elecciones son: la fuerza rentable de la empresa y la representación de ventas en el productor. Además, se conocer que el óptimo sistema es la relación entre las ventas y en los costos. Se realizan a través de una premeditación en el cálculo de ventas que se le hace en el sistema, asimismo ya que el costo se relaciona al nivel de las mismas.

Por otro lado, existe coherencia con las conclusiones de las tesis a nivel nacional de la variable planificación estratégica de López (2014) concluye que, responsabilizó a medida de proyectos y tareas se debe realizar cada unidad ejecutado ya que sea en los niveles superiores o inferiores. El presupuesto revela en consecuencia consecuente de la atención de los planes básicos, es de estimado que es esencial conocer y efectuar precisamente los propósitos para poder lograr las lograr las metas por las empresas. Por finalidad, es importante conocer que la empresa debe especificar con precisión la misión que se va requerir en la empresa, la misión es esencial ya que se representa en varios cargos y que se va a ejecutar en el mercado y se va suministrado hacia los

clientes. Roalcaba (2014) concluye, que la extracción en el carbón del mineral, el país competidor es Colombia, ya que es el mayor productor de carbón mineral. Canal de distribución: Valdivia & Gonzales (2016) concluye que su más alto volumen de ventas les permite un importante poder de negociación con los proveedores y, por ello, obtienen una característica ventaja en costos. Como podemos analizar en la empresa Ginsac Import SAC., en Chiclayo, hasta ahora se ha mantenido firme y cada vez más conocido en el mercado, la comercialización de sus productos es de suma importancia y tiene presencia prestigiosa cadena de supermercados, ósea los mayoristas. Roalcaba (2014) quien concluye que en momentos de una posición economista baja, el liderazgo en el gerente general para ejercitar unos canales de distribución es concerniente señalar; que para llegar a los clientes finales es óptimo determinar que todos los canales necesarios para llegar en óptimas condiciones al servicio que produce en el sector del carbón mineral en el Perú. Se concluyó, que la extracción en el carbón del mineral, el país competidor es Colombia, ya que es mayor productor de carbón mineral.

5.2 Objetivos específicos

5.2.1 Objetivo específico 1

Considerando que el primer objetivo específico de la investigación ha sido determinar la relación de la planificación estratégica y los tipos de distribución de la empresa Emial SRL., Independencia, 2020; los resultados obtenidos han permitido concluir que existe relación significativa entre la variable planificación estratégica y la dimensión tipos de distribución, lo que se evidencia con el coeficiente de Rho Spearman que es de 0,554.

Así mismo, tienen coherencia con los resultados y/o conclusiones de los artículos científicos de Susanti & Natalia (2018) quienes concluyen la planificación estratégica una vez analizado las características de la producción y la gestión es óptima. Canal de distribución: Parquer (2020) concluye que los cumplimientos de

los tipos de los canales están unido a variados factores condicionales anticipadamente respaldados por distribuciones a canales conocidas.

5.2.2 Objetivo específico 2

Considerando que el segundo objetivo específico de la investigación que ha sido determinar la relación de la planificación estratégica y los niveles de la empresa Emial SRL., Independencia, 2020; los resultados obtenidos han permitido concluir que existe relación significativa entre la variable planificación estratégica y la dimensión niveles, lo que se evidencia con el coeficiente de Rho Spearman que es de 0,490.

Dichos resultados tienen coherencia con los resultados y/o conclusiones de los artículos científicos de planificación estratégica son: Yudatama & Riyanarto (2016) concluyen que el ciclismo es vital para la salud, dado que es una estrategia en desarrollo del transporte, por ello, se realiza la ejecución a nivel en estrategias. Rodríguez, Perera & Peiró (2012) concluyen que el nivel en la organización junto con la planificación estratégica es concerniente a la función del volumen de la unidad por lo que permitirá orientar hacia cambios pertinentes y duraderas. Canal de distribución: Shrivastava & Kazuya (2015) concluyen que las diferencias en las secuencias del transporte del canal hacia los niveles y la proyección hacia el canal no uniforme de la congestión del agua.

5.2.2 Objetivo específico 3

Considerando que el tercer objetivo específico de la investigación ha sido determinar la relación de la planificación estratégica y la distribución de la empresa Emial SRL., Independencia, 2020; los resultados obtenidos han permitido concluir que existe relación significativa entre la variable planificación estratégica y la dimensión distribución, lo que se evidencia con el coeficiente de Rho Spearman que es de 0,549.

Así mismo, tienen coherencia con los resultados y/o conclusiones de los artículos científicos de planificación estratégica: Štrukelj (2017) concluye que la planificación estratégica sea en generalmente responsable, para ello, tiende a la distribución hacia a las estrategias dadas por altos cargos administrativos y

procesadas en una básica realización. Canal de distribución: Junsong, Xuan & Yunchuan (2020) quienes concluyen que la estructura en el canal de distribución aporta a un acuerdo en el reparto de forma ascendente a los canales. Aybek *et al.* (2019) concluyeron que los procedimientos para contar la distribución de los residuos fluviales en los diferentes canales. Mulyadi, Sucita & Rahmawan (2018) quienes concluyen que la construcción de la generación distribuida en los canales de distribución 20 kv. Shrivastava & Tajiri (2016) quienes concluyen que en la química nuclear se expresó numéricamente la distribución de corriente eléctrica. Udit & Tajiri (2016) quienes concluyen que tener una diferencia entre el canal de capa y la distribución no balanceada de la saturación de agua, se valoró la vinculación de oxígeno con las condiciones húmedas. Zagatto *et al.* (2016) quienes concluyen que el estudio de propiedades de entrecruzar los estados de luz energética, tal como la distribución continuada de los canales de energía libre.

5.3 Hipótesis

5.3.1 Hipótesis general

La hipótesis general propuesta ha sido, que existe relación de la planificación estratégica con los canales de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020; para probar dicha hipótesis primero se determinó si la distribución de la población es normal o no normal, la misma que se logró mediante la prueba de normalidad utilizando el estadístico Shapiro Wilk arrojando como resultado Sig 0.000; comprobándose con la distribución de la población es no normal o no paramétrica; por ello se determinó utilizar el estadístico no paramétrico Rho Spearman; obtuvo como resultado el nivel de correlación es de 0,974 y la significancia de 0,000 como se muestra en la tabla N°11; en consecuencia, teniendo en cuenta dichos resultados se ha probado que la hipótesis planteada es verdadera por lo que se confirma que la variable planificación estratégica tiene relación significativa con la variable canal de distribución.

5.3.2 Hipótesis específica 1

La primera hipótesis específica propuesta ha sido, que existe relación de la planificación estratégica con los tipos de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020; considerando que la población tiene una distribución no normal por lo que se determinó utilizar el estadístico no paramétrico Rho Spearman; obteniéndose como resultado en nivel de correlación de 0,554 y la significancia de 0,000 como se muestra en la tabla N°12; en consecuencia y teniendo en cuenta dichos resultados se ha probado que la hipótesis planteada es verdadera por lo que se confirma que existe relación significativa entre la planificación estratégica y los tipos de distribución.

5.3.3 Hipótesis específica 2

La segunda hipótesis específica propuesta ha sido, que existe relación de la planificación estratégica con los niveles en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020; considerando que la población tiene una distribución no normal se determinó utilizar el estadístico no paramétrico Rho Spearman; obteniéndose como resultado el nivel de correlación de 0,490 y la significancia de 0,000 como se muestra en la tabla N° 13; en consecuencia y teniendo en cuenta dichos resultados se ha probado que la hipótesis planteada es verdadera por lo que se confirma que existe relación significativa entre la planificación estratégica y los niveles.

5.3.4 Hipótesis específica 3

La tercera hipótesis específica propuesta ha sido, que existe relación de la planificación estratégica con la distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020; considerando que la población tiene una distribución no normal se determinó utilizar el estadístico no paramétrico Rho Spearman; obteniéndose como resultado el nivel de correlación de 0,549 y la significancia de 0,000 como se muestra en la tabla N° 14; en consecuencia y teniendo en cuenta

dichos resultados se ha probado que la hipótesis planteada es verdadera por lo que se confirma que existe relación significativa entre la planificación estratégica y la distribución.

5.4 Estadística descriptiva

5.4.1 Variable X: Planificación estratégica

La información que contiene la tabla de frecuencia con respecto a que sí, la empresa Emial SRL., desarrolla acciones de planificación estratégicas que agrupa las dimensiones: objetivos, estrategias y decisiones, los resultados son que el 80% consideran casi siempre, 16% a veces y 4% siempre. Considerando dichos resultados identificamos que un importante porcentaje 16% consideran que no se desarrollan acciones de planificación los mismos que están identificados en los indicadores producción y financiera que forman parte de la dimensión estrategias; en los indicadores cantidad y costo que forman parte de la dimensión decisiones. Tales resultados requieren alternativas de solución a fin de superar las deficiencias halladas en el contexto de estudio.

5.4.2 Variable Y: Canal de distribución

La información que contiene la tabla de frecuencia con respecto a que sí, la empresa Emial SRL., desarrolla acciones de canal de distribución que incluye las dimensiones: Tipos de distribución, niveles y distribución, los resultados son que el 80% están en casi siempre, el 16% a veces y el 4% siempre. Considerando dichos resultados identificamos que un importante porcentaje 16% consideran que no se desarrollan acciones de canal de distribución los mismos que están identificados en los indicadores intensiva y exclusiva que forman parte de la dimensión tipos de distribución; en los indicadores directa, indirecta y mixta que forman parte de la dimensión distribución. Tales resultados requieren alternativas de solución a fin de superar las deficiencias halladas en el contexto de estudio.

5.4.3 Dimensión 1: Objetivos

La información que contiene la tabla de frecuencia con respecto a que sí, la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de objetivos, los resultados son que el 66% están en casi siempre, el 24% a veces, el 8% siempre y 2% casi nunca. Considerando dichos resultados identificamos que un importante porcentaje 24% consideran que no se desarrollan acciones de objetivos los mismos que están identificados en los indicadores conservadores y pesimistas que forman parte de la dimensión objetivos. Tales resultados requieren alternativas de solución a fin de superar las deficiencias halladas en el contexto de estudio.

5.4.4 Dimensión 2: Estrategias

La información que contiene la tabla de frecuencia con respecto a que sí, la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de estrategias, los resultados son que el 66% están en casi siempre, el 20% a veces, el 12% siempre y 2% casi nunca. Considerando dichos resultados identificamos que un importante porcentaje 20% consideran que no se desarrollan acciones de estrategias los mismos que están identificados en los indicadores producción y financiera que forman de la dimensión estrategias. Tales resultados requieren alternativas de solución a fin de superar las deficiencias halladas en el contexto de estudio.

5.4.5 Dimensión 3: Decisiones

La información que contiene la tabla de frecuencia con respecto a que sí, la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de decisiones, los resultados son que el 70% están en casi siempre, el 14% a veces, el 12% siempre y 4% casi nunca. Considerando dichos resultados identificamos que un importante porcentaje 14% consideran que no se desarrollan acciones de decisiones los mismos que están identificados en los indicadores calidad, cantidad y costo que forman parte de la dimensión decisiones. Tales resultados requieren alternativas de solución a fin de superar las deficiencias halladas en el contexto de estudio.

5.4.6 Dimensión 4: Tipos de distribución

La información que contiene la tabla de frecuencia con respecto a que sí, la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de tipos de distribución, los resultados son que el 60% están en casi siempre, el 24% a veces, el 12% siempre y 4% casi nunca. Considerando dichos resultados identificamos que un importante porcentaje 24% consideran que no se desarrollan acciones de decisiones los mismos que están identificados en los indicadores intensiva y exclusiva que forman parte de la dimensión tipos de distribución. Tales resultados requieren alternativas de solución a fin de superar las deficiencias halladas en el contexto de estudio.

5.4.7 Dimensión 5: Niveles

La información que contiene la tabla de frecuencia con respecto a que sí, la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de niveles, los resultados son que el 50% están en casi siempre, el 40% siempre, el 6% a veces y 4% casi nunca. Considerando dichos resultados identificamos que un importante porcentaje 6% consideran que no se desarrollan acciones de decisiones los mismos que están identificados en los indicadores mayorista y cobertura de mercado que forman parte de la dimensión niveles. Tales resultados requieren alternativas de solución a fin de superar las deficiencias halladas en el contexto de estudio.

5.4.8 Dimensión 6: Distribución

La información que contiene la tabla de frecuencia con respecto a que sí, la empresa Emial SRL., desarrolla la dimensión de distribución, los resultados son que el 70% están en casi siempre, el 22% a veces y el 8% siempre. Considerando dichos resultados identificamos que un importante porcentaje 22% consideran que no se desarrollan acciones de decisiones los mismos que están identificados en los indicadores directa, indirecta y mixta que forman parte de la dimensión distribución. Tales resultados requieren alternativas de solución a fin de superar las deficiencias halladas en el contexto de estudio.

VI. CONCLUSIONES

6.1 Las evidencias encontradas como son: alto porcentaje de trabajadores que consideran que se realiza la planificación estratégica y el canal de distribución; el coeficiente Rho Spearman de 0,974 y Sig de 0,000; resultados que permiten probar que nuestra hipótesis planteada es verdadera; así mismo dichos resultados obtenidos están dentro de los alcances de las teorías de Kotler (2012) y Graffe (1901) y tienen coherencia con las conclusiones de los artículos científicos de Aryani (2020), Dongfeng & Sijie (2020) y Junsong, Xuan & Yunchuan (2020) y Vedenkina (2019), por todo lo expuesto se concluye que la planificación estratégica tiene relación significativa con el canal de distribución, con lo que se logra el objetivo general de la investigación.

6.2 Las evidencias encontradas como son: un alto porcentaje de trabajadores que consideran que se realiza la planificación estratégica y los tipos de distribución tomando en cuenta la necesidad de los trabajadores; el coeficiente Rho Spearman es 0,554 y Sig 0,000; resultados que permiten probar que nuestra hipótesis planteada es verdadera, así mismo dichos resultados obtenidos están dentro de los alcances en las conclusiones de los artículos científicos de Susanti & Natalia (2018) y Parquer (2020), por lo expuesto se concluye que la planificación estratégica tiene relación significativa con los tipos de distribución, con lo que se logra el primer objetivo específico de la investigación.

6.3 Las evidencias encontradas como son: un medio porcentaje de trabajadores que consideran que se realiza la planificación estratégica y los niveles en el contexto de estudio; el coeficiente Rho Spearman de 0,490 y Sig 0.000; resultados que permiten probar que nuestra hipótesis planteada es verdadera, así mismo dichos resultados obtenidos están dentro de los alcances en las conclusiones de los artículos científicos de Yudatama & Riyanarto (2016), Rodríguez, Perera & Peiró (2012), Shrivastava & Kazuya (2015), por todo lo expuesto se concluye que la planificación estratégica tiene relación significativa con los niveles, con lo que se logra el segundo objetivo específico de la investigación.

6.4 Las evidencias encontradas como son: un alto porcentaje de trabajadores que consideran que se realiza la planificación estratégica y la distribución en el contexto de estudio; el coeficiente Rho Spearman de 0,549 y Sig 0,000; resultados que permiten probar que nuestra hipótesis planteada es verdadera, así mismo dichos resultados obtenidos están dentro de los alcances en las conclusiones de los artículos científicos de Štrukelj (2017), Junsong, Xuan & Yunchuan (2020), Aybek *et al.* (2019), Mulyadi, Sucita & Rahmawan (2018), Shrivastava & Tajiri (2016), Udit & Tajiri (2016) y Zagatto *et al.* (2016), por todo lo expuesto se concluye que la planificación estratégica tiene relación significativa con distribución, con lo que se logra el tercer objetivo específico de la investigación.

VII. RECOMENDACIONES

7.1 Diseñar y formular un plan estratégico que incluya las estrategias de identificación de canales de distribución como son: intensiva, selectiva, exclusiva, mayorista, minorista, directa, indirecta y mixta a fin de garantizar un cumplimiento de los objetivos y metas en la empresa.

7.2 La gerencia de la empresa deberá identificar el tipo de distribución de acuerdo a las necesidades y satisfacción del cliente los mismos que pueden ser: intensiva que consiste en realizar la distribución de forma continuada y en un mínimo periodo de tiempo; selectiva permite la distribución a clientes seleccionados de acuerdo a los productos; exclusiva comprende la distribución en tiempo determinado de acuerdo a las necesidades del cliente.

7.3 La gerencia de la empresa deberá identificar el nivel de distribución de acuerdo a las necesidades y satisfacción del cliente los mismos que pueden ser: mayorista que consiste en la compra y venta al por mayor (más de 15 productos) utilizando el precio reducido; minorista permite el comercio entre la compra y venta de menos de 15 productos; cobertura de mercado comprende implementar puntos de venta en diferentes lugares.

7.4 La gerencia de la empresa deberá identificar el nivel de distribución de acuerdo a las necesidades y satisfacción del cliente; los mismos que pueden ser: Directa que se consiste cuando la empresa es responsable de la venta al cliente final; indirecta venta al cliente final a través de intermediarios; mixta responsable de la venta de una parte la empresa y otra parte del intermediario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Aguilar, L. (2013). Presentación de teorías. Recuperado de : <https://es.slideshare.net/LorenzoAntonioAguilarMagana79/presentacin-teoras-y-modelos-de-planeacin-1a-parte>
- Aryani, R. (2020) Effectiveness of Strategic Environmental Studies in Supporting Sustainable Development Goals. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/409/1/012056>
- Arifjanov1, A., Luqmon S., Tursunoy, A. & Shamshodbek, A. (2019). Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/403/1/012153>.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación – administración, economía, humanidades y ciencias sociales (3.a ed.). Colombia: Pearson.
- Betancourt, A. y Ramírez, M. (2018). Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/03/motivacion-productividad-laboral.html>
- Belloso, R. (2015). Canales de distribución, características principales. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/993/99342682009.pdf>
- Caruana, J. (2020) A strategic planning primer for Medical Physics leaders. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/book/978-0-7503-1395-7/chapter/bk978-0-7503-1395-7ch2>
- Carrillo R. (2017) Cuaderno de Documentación de Canales de Distribución del Perú. Recuperado de: http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4822/Carrillo_Ricardo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cervera, J. & Salvador, M. (Marzo, 2013). Threshold diversity effects on the electric currents of voltage-gated ion channels. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1209/0295-5075/102/68002>

- Contreras, L., Velásquez, P., Castro, H. (2019) Strategic planning model of information technology that allows alignment with the IT4+ model. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1257/1/012015>
- De la Hoz, E. Fontalvo, T. y Morelos, J. (Diciembre, 2012). Revista 59(4) 167-191. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v59n4/v59n4a8.pdf>
- Dong, J. Sijie, J. (2020). Optimal decisions and distribution channel choice of closed-loop supply chain when e-retailer offers online marketplace. Recovered from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095965262031814X>
- Girón, A. (2014) Sistemas de distribución en las medianas empresas comercializadoras de la ciudad de Quetzaltenango. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/04/Giron-Antonio.pdf>
- García, I. (2017) Definición de Distribución. Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/distribucion>
- Hang, H. & Ping, F. (2019) Validity Analysis on the Implementation of the Strategic Plan in W University. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/252/3/032060>
- Junsong, B., Zhao, Z. & Yunchuan, L. (2020). Single vs. cross distribution channels with manufacturers' dynamic tacit collusion. Recovered from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S092552731930266X>
- Kidambi, K., Brenne, T. & Düring, M. (2018). Impact of Flow Conditions in Cooling Channels on Thermal Cycling. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/418/1/012014>
- Kotler, P. (2010) Sistemas de distribución en las medianas empresas comercializadoras de la ciudad de Quetzaltenango. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/04/Giron-Antonio.pdf>

- Martínez J. (2012) La planificación estratégica en las organizaciones sanitarias. Recuperado de: <https://www.revespcardiol.org/es-la-planificacion-estrategica-organizaciones-sanitarias-articulo-S0300893212002588>
- Medina, A. (2012). Teorías de la planificación. Recuperado de: <https://prezi.com/b-vwapq7ybpc/teorias-de-la-planificacion-planificacion-estrategica/>
- Mora, E. (2014). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Pymes. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/212/21233043009.pdf>
- Mulyadi, Y., Sucita, T. & Rahmawan, M. (2018). Analysis Impact of Distributed Generation Injection to Profile of Voltage and Short-Circuit Fault in 20 kV Distribution Network System. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/288/1/012155>
- Pacheco, J. (2019) Tipos De Distribución. Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/tipos-de-distribucion/>
- Parquer, M., Yan, N., Colombera, L., Mountney, P. & Caumon, G. (2020). Combined inverse and forward numerical modelling for reconstruction of channel evolution and facies distributions in fluvial meander-belt deposits. Recovered from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0264817220301926>
- Pino, P., Ponce, M., Avilés, C. y Vallejos, O. (Marzo, 2015). Revista Ciencia y Tecnología 17(1) 117-128. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/maderas/v17n1/aop1215.pdf>
- Rodríguez, F. (2012) La planificación estratégica en las organizaciones sanitarias. Strategic Planning in Healthcare Organizations. Recovered from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0300893212002588>

- Romanyuk, V., Grinkevich, A., Akhmadeev, K. & Pozdeeva, G. (2016) Strategic planning features of subsurface management in Kemerovo Oblast. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/43/1/012091>
- Sabree, A. (2019) The Role of the information technique in Sustainable Strategic Planning _ Nejaf Provenance as case study. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/518/2/022001>
- Salom S. (2012). Canales de distribución y estrategias de comercialización. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/212/21226247010.pdf>
- Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la Investigación (5.a ed.). México: Mc Graw Hill Education.
- Sierra C. (2015) Canales de distribución: características principales de los distribuidores mayoristas de materiales de construcción de extracción minera. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/993/99342682009.pdf>
- Shrivastava, N. & Tajiri, K. (2015) In-Plane Distribution Analysis in the Land-Channel Direction of a Proton Exchange Membrane Fuel Cell (PEMFC). Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1149/2.0561507jes>
- Shrivastava, N. & Tajiri, K. (2016). Sources of Current Density Distribution in the Land-Channel Direction of a PEMFC. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1149/2.0831609jes>
- Stefan, P. (2014). Distribución de productos terminados (tesis de pregrado). Recuperado de: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/huerta_vp/cap2.pdf
- Sut, S., Nicolau, J. & Wang, D. (2019). The impact of distribution channels on budget hotel performance. Recovered from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431918306017>

- Stovba, E., Lukyanova, E., Stovba, A. & Kolonskih, N. (2020) Foreign Experience in the Development of Strategic Planning Theory and Practice of Sustainable Development in Rural Areas on the Foresight Technologies Basis. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/753/7/072007>
- Suyadi, W., Satrioajie, A., Syahailatua, Z. & Arifin (2018) Banda deep-sea research: history, mission and strategic plan. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/184/1/012001>
- Tjaša, S. (2017) The importance of socially responsible strategic planning. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/90/1/012003>
- Usoh, I., Ratu, D., Manongko, J., Taroreh, J. & Preston G. (2018) Strategic Planning towards a World-Class University. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/306/1/012035>
- Vedenkina, I. (2019) Strategic planning as a vector of the poultry industry development. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/315/7/072011>
- Vladyslav, C., Bettina, H., Peuntinger, C., Wittmann, C., Marquardt, C., Leuchs, G., & Radim, F. Entanglement of Gaussian states and the applicability to quantum key distribution over fading channels. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1367-2630/14/9/093048>
- Yudatama, U. & Riyanarto S. (2016) Priority Determination for Higher Education Strategic Planning Using Balanced Scorecard, FAHP and TOPSIS (Case study: XYZ University). Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/105/1/012040>
- Zagatto, V., Oliveira, J., Gasques, L., Alcántara, J., Duarte, G., Aguiar, V., Medina, N., Seale, W., Pires, K. & Freitas, A. (2016). Elastic and inelastic angular distributions of the $7\text{Li}+^{120}\text{Sn}$ system for energies near the Coulomb barrier. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/0954-3899/43/5/055103>

Zhou, Z. (2019). Research and application of distribution characteristics of depositional sand bodies in delta-front facies under the condition of large area dense well pattern. Recovered from: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/252/5/052014>

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y CANAL DE DISTRIBUCIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable X: Planificación estratégica	Steiner (2014) El proceso en determinar los objetivos y metas de una organización, tal como son las políticas y estrategias que van a gobernar la operación, compra y colocación para alcanzar dichos objetivos y tomar óptimas decisiones.	Para medir la variable de investigación se ha determinado las dimensiones, indicadores, así como los ítems, que conforman el instrumento que han permitido recoger los datos en la población o en la población establecida.	Objetivos	Corto plazo	P01:P03	ESCALA ORDINAL
				Mediano plazo		
				Largo plazo		
			Estrategias	Producción	P04:P06	
				Financiera		
				Ventas		
			Decisiones	Calidad	P07:P9	
				Cantidad		
				Costo		
Variable Y: Canal de distribución	Sánchez (2014) Consiste en el conjunto de personas y empresas comprendidas en los tipos de distribución interactuando con la distribución. En el canal incluye el productor y el cliente terminado del fabricante, así como son los intermediarios, los detallistas, y se empieza un nuevo canal mayorista. La distribución de los canales ser frecuente a ser directa, indirecta y mixta.	Para medir la variable de investigación se ha determinado las dimensiones, indicadores, así como los ítems, que conforman el instrumento que han permitido recoger los datos en la población o en la población establecida.	Tipos de distribución	Intensiva	P10:P12	ESCALA ORDINAL
				Selectiva		
				Exclusiva		
			Niveles	Mayorista	P13:15	
				Minorista		
				Cobertura de mercado		
			Distribución	Directa	P16:P18	
				Indirecta		
				Mixta		

ANEXO 2: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAR A LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA EMIAL S.R.L.

Estimado(a) trabajador(a). El presente instrumento es de carácter anónimo, tiene como objetivo elaborar una tesis titulada, Planificación estratégica y canal de distribución de la empresa Emial SRL., Independencia, 2020. Por ello se le solicita responder todas las siguientes preguntas con veracidad.

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas a las cuales usted deberá responder marcando con un (X) de acuerdo a lo que considere conveniente.

1 = Nunca

2 = Casi nunca

3 = A veces

4 = Casi siempre

5 = Siempre

N°	Título: “ Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa Emial SRL., Independencia, 2020”	5	4	3	2	1
	VARIABLE X: Planificación Estratégica					
	Dimensión 1: Objetivos					
01	La empresa Emial SRL. tiene sus objetivos que le permiten superar a la competencia					
02	La empresa Emial SRL. tiene sus objetivos para mantenerse su vigencia en el mercado					
03	La empresa Emial SRL. tiene sus objetivos para lograr la meta					
	Dimensión 2: Estrategias					
04	La empresa Emial SRL. implementa tecnologías y procedimientos modernos para la producción y servicios que proporciona la organización					
05	La empresa Emial SRL. selecciona los instrumentos financieros que le permiten identificar el mejor financiamiento					
06	La empresa Emial SRL. implementa técnicas y estrategias para la venta de los bienes y atención de servicios					
	Dimensión 3: Decisiones					
07	En la empresa Emial SRL. se busca producir y prestar servicios a satisfacción de los clientes					
08	En la empresa Emial SRL. se produce y desarrolla servicios de acuerdo a las metas establecidas					
09	La empresa Emial SRL. se produce y desarrolla servicios de acuerdo a los costos calculados					
	VARIABLE Y: Canal de distribución					
	Dimensión 4: Tipos de distribución					
10	La empresa Emial SRL. distribuye los bienes y servicios en forma intensiva					
11	La empresa Emial SRL. vende y desarrolla los servicios a solicitud a los clientes					
12	La empresa Emial SRL. vende y proporciona servicios a los clientes priorizados					
	Dimensión 5: Niveles					
13	La empresa Emial SRL. vende o desarrolla servicios al por mayor					
14	La empresa Emial SRL. vende o desarrolla servicios al por menor					
15	La empresa Emial SRL. busca cubrir otros mercados con los bienes y servicios de su especialidad					
	Dimensión 6: Niveles de distribución					
16	La empresa Emial SRL. atiende a los clientes en forma directa					
17	La empresa Emial SRL. atiende a los clientes a través de intermediarios					
18	La empresa Emial SRL. atiende a través de forma directa e intermediarios					

Fuente: Datos obtenidos de la matriz de operacionalización.

ANEXO 3: Validez por el método de Juicio de expertos y Confiabilidad del instrumento

EXPERTOS	GRADO	RESULTADOS
Dávila Arenaza, Víctor Demetrio	Doctor	Aplicable
Cárdenas Saavedra, Abraham	Doctor	Aplicable
Vásquez Espinoza, Juan Manuel	Doctor	Aplicable

Fuente: Calificación por Docentes de la Escuela de Administración.

- Se adjunta las matrices de la validación de los tres expertos:

Experto N°1: Dr. Dávila, Víctor Demetrio

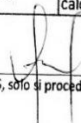
MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa Emial S.R.L., Independencia, 2020

Apellidos y nombres del investigador: Olivos Velásquez, Ingrid Patricia

Apellidos y nombres del experto: Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio DNI: 08967692

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable X: Planificación estratégica	Objetivos	Optimistas	La empresa Emial SRL. tiene sus objetivos que le permiten superar a la competencia.	Ordinal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Conservadores	La empresa Emial SRL. tiene sus objetivos para mantenerse su vigencia en el mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Pesimistas	La empresa Emial SRL. tiene sus objetivos para lograr la meta.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estrategias	Producción	La empresa Emial SRL. implementa tecnologías y procedimientos modernos para la producción y servicios que proporciona la organización.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Financiera	La empresa Emial SRL. selecciona los instrumentos financieros que le permiten identificar el mejor financiamiento.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Ventas	La empresa Emial SRL. implementa técnicas y estrategias para la venta de los bienes y atención de servicios.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Decisiones	Calidad	En la empresa Emial SRL. se busca producir y prestar servicios a satisfacción de los clientes.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Cantidad	En la empresa Emial SRL. se produce y desarrolla servicios de acuerdo a las metas establecidas.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Costo	La empresa Emial SRL. se produce y desarrolla servicios de acuerdo a los costos calculados.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

FIRMA DEL EXPERTO:  FECHA: 7 DE ABRIL 2019

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.


MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa Emial S.R.L., Independencia, 2020

Apellidos y nombres del investigador: Olivos Velásquez, Ingrid Patricia

Apellidos y nombres del experto: Dr. Víctor Demetrio Dávila Arenaza DNI: 08967692

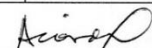
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable Y: Canal de distribución	Tipo de distribución	Intensiva	La empresa Emial SRL. distribuye los bienes y servicios en forma intensiva.	Ordinal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Selectiva	La empresa Emial SRL. vende y desarrolla los servicios a solicitud a los clientes.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Exclusiva	La empresa Emial SRL. vende y proporciona servicios a los clientes priorizados.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Niveles	Mayorista	La empresa Emial SRL. vende o desarrolla servicios al por mayor.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Minorista	La empresa Emial SRL. vende o desarrolla servicios al por menor.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Cobertura de mercado	La empresa Emial SRL. busca cubrir otros mercados con los bienes y servicios de su especialidad.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Distribución	Directa	La empresa Emial SRL. atiende a los clientes en forma directa.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Indirecta	La empresa Emial SRL. atiende a los clientes a través de intermediarios.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Mixta	La empresa Emial SRL. atiende a través de forma directa e intermediarios.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

FIRMA DEL EXPERTO:  FECHA: 7 DE ABRIL 2019

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

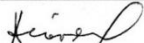
Experto N°2: Dr. Cárdenas Saavedra, Abraham

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa Emial S.R.L., Independencia, 2020							
Apellidos y nombres del investigador: Olivos Velásquez, Ingrid Patricia							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Cárdenas Saavedra, Abraham DNI: 0.74.249.12							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable X: Planificación estratégica	Objetivos	Optimistas	La empresa Emial SRL. tiene sus objetivos que le permiten superar a la competencia.	Ordinal	/		
		Conservadores	La empresa Emial SRL. tiene sus objetivos para mantenerse su vigencia en el mercado.		/		
		Pesimistas	La empresa Emial SRL. tiene sus objetivos para lograr la meta.		/		
	Estrategias	Producción	La empresa Emial SRL. implementa tecnologías y procedimientos modernos para la producción y servicios que proporciona la organización.		/		
		Financiera	La empresa Emial SRL. selecciona los instrumentos financieros que le permiten identificar el mejor financiamiento.		/		
		Ventas	La empresa Emial SRL. implementa técnicas y estrategias para la venta de los bienes y atención de servicios.		/		
	Decisiones	Calidad	En la empresa Emial SRL. se busca producir y prestar servicios a satisfacción de los clientes.		/		
		Cantidad	En la empresa Emial SRL. se produce y desarrolla servicios de acuerdo a las metas establecidas.		/		
		Costo	La empresa Emial SRL. se produce y desarrolla servicios de acuerdo a los costos calculados.		/		
	FIRMA DEL EXPERTO: 				FECHA: 13 DE NOVIEMBRE 2019		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa Emial S.R.L., Independencia, 2020							
Apellidos y nombres del investigador: Olivos Velásquez, Ingrid Patricia							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Cárdenas Saavedra, Abraham DNI: 0.74.249.12							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable Y: Canal de distribución	Tipo de distribución	Intensiva	La empresa Emial SRL. distribuye los bienes y servicios en forma intensiva.	Ordinal	✓		
		Selectiva	La empresa Emial SRL. vende y desarrolla los servicios a solicitud a los clientes.		✓		
		Exclusiva	La empresa Emial SRL. vende y proporciona servicios a los clientes priorizados.		/		
	Niveles	Mayorista	La empresa Emial SRL. vende o desarrolla servicios al por mayor.		✓		
		Minorista	La empresa Emial SRL. vende o desarrolla servicios al por menor.		✓		
		Cobertura de mercado	La empresa Emial SRL. busca cubrir otros mercados con los bienes y servicios de su especialidad.		✓		
	Distribución	Directa	La empresa Emial SRL. atiende a los clientes en forma directa.		/		
		Indirecta	La empresa Emial SRL. atiende a los clientes a través de intermediarios.		/		
		Mixta	La empresa Emial SRL. atiende a través de forma directa e intermediarios.		/		
	FIRMA DEL EXPERTO: 				FECHA: 13 DE NOVIEMBRE 2019		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Experto N°3: Vásquez Espinoza, Juan Manuel

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS								
Título de la investigación: Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa Emial S.R.L., Independencia, 2020								
Apellidos y nombres del investigador: Olivos Velásquez, Ingrid Patricia								
Apellidos y nombres del experto: Dr. Vásquez Espinoza, Juan Manuel DNI: 03016000								
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
			ITEM / PREGUNTA			SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable X: Planificación estratégica	Objetivos	Optimistas	La empresa tiene sus objetivos que le permiten superar a la competencia.		Ordinal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Conservadores	La empresa tiene sus objetivos para mantenerse su vigencia en el mercado.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Pesimistas	La empresa tiene sus objetivos para lograr la meta.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estrategias	Producción	La empresa implementa tecnologías y procedimientos modernos para la producción y servicios que proporciona la organización.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Financiera	La empresa selecciona los instrumentos financieros que le permiten identificar el mejor financiamiento.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Ventas	La empresa implementa técnicas y estrategias para la venta de los bienes y atención de servicios.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Decisiones	Calidad	En la empresa se busca producir y prestar servicios a satisfacción de los clientes.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Cantidad	En la empresa se produce y desarrolla servicios de acuerdo a las metas establecidas.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Costo	La empresa se produce y desarrolla servicios de acuerdo a los costos calculados.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
FIRMA DEL EXPERTO:					FECHA: 08 DE 2019			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

DR. VÁSQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL
CORLAD REGUC 23823

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS								
Título de la investigación: Planificación estratégica y canal de distribución en la empresa Emial S.R.L., Independencia, 2020								
Apellidos y nombres del investigador: Olivos Velásquez, Ingrid Patricia								
Apellidos y nombres del experto: Dr. Vásquez Espinoza, Juan Manuel DNI: 03016000								
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
			ITEM / PREGUNTA			SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Variable Y: Canal de distribución	Tipo de distribución	Intensiva	La empresa distribuye los bienes y servicios en forma intensiva.		Ordinal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Selectiva	La empresa vende y desarrolla los servicios a solicitud a los clientes.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Exclusiva	La empresa vende y proporciona servicios a los clientes priorizados.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Niveles	Mayorista	La empresa vende o desarrolla servicios al por mayor.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Minorista	La empresa vende o desarrolla servicios al por menor.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Cobertura de mercado	La empresa busca cubrir otros mercados con los bienes y servicios de su especialidad.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Distribución	Directa	La empresa atiende a los clientes en forma directa.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Indirecta	La empresa atiende a los clientes a través de intermediarios.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Mixta	La empresa atiende a través de forma directa e intermediarios.			<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
FIRMA DEL EXPERTO:					FECHA: 08 DE 2019			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

DR. VÁSQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL
CORLAD REGUC 23823

Confiabilidad del instrumento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,974	18

Coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach

Escala de medición para evaluar el coeficiente Alfa de Cronbach

Rangos	Magnitud
0.01 a 0.20	Muy baja
0.21 a 0.40	Baja
0.41 a 0.60	Moderada
0.61 a 0.90	Alta
0.81 a 1.00	Muy alta

Nota: Tomado de instrumentos y técnicas de investigación educativa, por Ruiz C. (2013). Houston – Texas, USA: Bookbaby Editorial

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos con el estadístico de fiabilidad de Alfa de Cronbach en el programa SPSS24, se ha obtenido el coeficiente 0.974, lo que representa de acuerdo al rango establecido en el coeficiente de Alfa de Cronbach como muy alta. Dichos resultados tienen como base una encuesta piloto realizado a 10 trabajadores de la empresa Emial SRL., utilizando la técnica de encuesta y el instrumento conformado por 18 ítems.


ANEXO 4: Autorización de aplicación del instrumento

CONSTANCIA DE PRÁCTICAS

Por medio de la presente dejamos constancia que la estudiante **OLIVOS VELÁSQUEZ, INGRID PATRICIA** identificada con **DNI Nº 77387195** de la **UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – LIMA NORTE** actualmente está realizando sus prácticas pre profesionales en la empresa **EMIAL S.R.L.** en nuestra área administrativa realizando sus funciones administrativas desde el 01 de Junio del 2020 hasta el 31 de Julio del 2020, acumulando un total de 360 horas de prácticas.

Se otorga la presente constancia de prácticas para los fines que la practicante voluntariado considere conveniente.

Lima 01 de Junio del 2020

EMIAL S.R.L.

Alejandro Flores de la Cruz
Gerente General

Alejandro Flores de la Cruz

Gerente General