UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA

Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C – Chiclayo

AUTORA:

La Madrid Frias de Renteria, Maria Eugenia del Carmen (orcid.org/0000-0003-1456-5689)

ASESOR:

Dr. Callao Alarcón, Marcelino (orcid.org/0000-0001-7295-2375)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO - PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios, quien ha sido siempre mi fortaleza y guía en cada proyecto personal y profesional, porque considero que todo lo que soy y tengo es gracias a su voluntad y misericordia.

Agradecimiento

A mi familia por su apoyo incondicional, paciencia, por entender mis ausencias, empujarme siempre a ser perseverante y creer en mí.

A mi asesor de tesis, por su constante motivación, empatía y su calidad docente, mostrando siempre profesionalismo.

A la empresa Corporación Bim S.A.C. por sumarse a mi proyecto profesional y brindarme la oportunidad de aplicar mis conocimientos para contribuir con el crecimiento de la empresa y de las personas que la integran.

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 y muestra……..14
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos……..15
3.5. Procedimientos…….....15
3.6. Métodos de análisis de datos……..……16
3.7. Aspectos éticos……...…..16
IV. RESULTADOS……...……17
V. DISCUSIÓN 24
VI. CONCLUSIONES 30
VII. RECOMENDACIONES..... 30
VIII. PROPUESTA……..……32
REFERENCIAS……..……..34
ANEXOS

Índice de tablas

Tabla 1: Trabajadores según áreas en la empresa Corporación Bim SAC 14
Tabla 2: VI Plan estratégico 17
Tabla 3: Dimensiones del plan estratégico 18
Tabla 4: VD Gestión empresarial 19
Tabla 5: Dimensiones de la gestión empresarial 20
Tabla 6: Ratios de rentabilidad 22

Índice de figuras

Figura 1: Diseño de investigación 12

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo: Diseñar un plan estratégico que contribuya al fortalecimiento de la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C – Chiclayo, 2022, se utilizó la metodología de un enfoque cuantitativo, estudio de tipo básico, descriptiva y propositiva, con diseño no experimental y transversal. Se estudió la población con un total de 35 colaboradores, datos de estados de resultados del 2019, 2020 y 2021, aplicando las técnicas de la encuesta, entrevista y análisis documental con sus respectivos instrumentos. Se obtuvo como resultado en un análisis dimensional del plan estratégico, que los colaboradores no conocen la misión, visión, valores y objetivos de la empresa, lo que muestra una falta de alineación del trabajo en conjunto hacia un mismo propósito, y en desacuerdo con la evaluación y control que actualmente se ejecuta. En el análisis de la gestión empresarial, a nivel dirección consideran deben recibir inducción y capacitación, y están en desacuerdo con el clima laboral. Las jefaturas tienen un alcance general de los indicadores de las variables, y consideran que la implementación del plan estratégico sería una será un valioso aporte. Se concluye con la propuesta basada en un modelo secuencial de D'Alessio (2018), el proceso estratégico.

Palabras Clave: plan estratégico, gestión empresarial, indicadores de gestión.

Abstract

The objective of this research was: To design a strategic plan that contributes to the strengthening of business management in Corporación Bim S.A.C – Chiclayo, 2022, the methodology of a quantitative approach, a basic, descriptive and propositional study, with non-experimental and transversal design, was used. The population was studied with a total of 35 collaborators, data from income statements for 2019, 2020 and 2021, applying the techniques of the survey, interview and documentary analysis with their respective instruments. It was obtained as a result in a dimensional analysis of the strategic plan. The staff does not know the mission, vision, values and objectives of the company, which shows a lack of alignment of the joint work towards the same purpose, and disagree with the evaluation and control that is currently being carried out. In the analysis of business management, at the management level consider they should receive induction and training, and disagree with the work environment. The chiefdoms have a general scope of the indicators of the variables, they consider that the implementation of the strategic plan would be a valuable contribution. It concludes with the proposal based on the sequential model of D'Alessio (2018), the strategy process.

Keywords: strategic plan, business management, management indicators.

I. INTRODUCCIÓN

El éxito de las organizaciones radica en gestionar desde la planificación, definiendo estrategias para el logro de objetivos de largo plazo, adaptables a los cambios. Es de vital importancia conocer los recursos que posee la empresa, ya que la realidad de cada empresa es diferente, a pesar de pertenecer al mismo sector y actividad económica. En una fase inicial es fundamental identificar la industria donde opera la organización identificando las fortalezas y debilidades, entornos internos y externos que influyen en el logro de resultados y cumplimiento de objetivos.

En el ámbito internacional Tapia et al. (2022) describen que el plan estratégico es muy relevante en el desarrollo de las organizaciones porque genera valor y competitividad, sin embargo, más del 50% de empresas analizadas no aplica la planificación estratégica. Además, solo un 34% realiza un proceso de análisis interno a nivel regular, es necesario que las empresas desarrollen planes basados en estrategias para lograr competitividad (Addul, 2019). Asimismo, se identificó deficiencias en la coordinación del trabajo a nivel orgánico y funcional no permite un trabajo coordinado de acuerdo a las estrategias y las actividades, reduciendo la efectividad de las operaciones, limitando el cumplimiento de objetivos (Montes et al., 2021). En México, Vélez et al. (2022) indican que no se cuentan con datos completos para definir planes empresariales y el 95% de colaboradores no conoce las estrategias que implementa la empresa. En esa perspectiva Rogério et al. (2021) admite que el 86% de los ejecutivos no comunican, no discuten las estrategias, la planificación con el personal; de otro lado, el 60% de organizaciones no logra articular su planificación estratégica con el presupuesto (Torres et al., 2021).

La gestión empresarial es un reto para las organizaciones del sector construcción, Nikmehr et al. (2021) asumen que, para ser competitivos deben invertir en la digitalización de sus procesos, velar por reducir la contaminación ambiental y ser más rentables es un reto. En situación de emergencia ha sido eficiente en grandes empresas el 82% el uso de internet y tecnología, las pequeñas y medianas empresas 49% y 57% han trabajado de manera activa en busca de lograr sus objetivos (Villanueva et al., 2021). Sin embargo, en España, la falta de definición de objetivos y cultura empresarial es uno de los factores que afectan el

crecimiento de la empresa (Menéndez et al., 2020). También las deficiencias en la comunicación interna, la falta de instrucción, inducción generan problemas en la gestión empresarial por falta de liderazgo y planes definidos en la empresa (Sahoo, 2021). Desde otra perspectiva en la India se describe que, la deficiente gestión empresarial es un 40% por la falta de recursos tecnológicos, no tienen la posibilidad de apoyarse en la tencología para mejorar sus procesos, la atención al cliente, el seguimiento y control, no se logra la automatización de sus actividades (Rabindra, 2020).

Después de la crisis sanitaria de la Covid-19, la gestión empresarial ha perjudicado notablemente a muchas empresas, tal que muchas de estas están viendo o vieron la forma de adaptarse y reinventar sus negocios, para tener una respuesta ante los obstáculos y eventos provocados por esta pandemia, por lo que, se debe buscar opciones y oportunidades para la recuperación productiva de la organización (Cohen et al., 2021). Frente a esta situación Villanueva et al. (2022) describen que la planificación estratégica es una herramienta muy importante que favorece a la gestión empresarial, basada en la estructura metodológica propuesta de planificación estratégica consta de tres pasos principales: dirección estratégica, formulación de estrategias y evaluación de estrategias.

La gestión empresarial es un instrumento vital para el desarrollo de las organizaciones, la que dinamiza la economía de mercado, avalando un equilibrio entre oferta y demanda, estando integrada por: planificación, organización, dirección y control, buscando generar valor hacia la excelencia y generación de nuevos objetivos (Suárez & Espinar, 2018).

La pandemia de la Covid-19 obligó a las empresas a adaptarse rápidamente a los cambios, reasignando sus recursos para seguir siendo sostenibles, estos cambios exigieron apoyarse en análisis minucioso de los factores tanto internos como externos que estuvieran afectando los resultados. Llamando a esto planeamiento estratégico, herramienta que aporta muchos beneficios que ayudan a resistir los momentos de crisis, pudiendo reducir los riesgos de fracaso, dándole un trato de por vida que coadyuve a tomar decisiones más certeras previo análisis y diagnóstico de la situación del sector, la región y los cambios que se pueden presentar en un futuro cercano (Benza, 2021).

Corporación Bim SAC es una empresa dedicada a la venta mayorista de materiales de construcción, fontanería, de calefacción y artículos de ferretería, su creación y fundación fue en el año 2006, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una Sociedad Anónima Cerrada. La Gerencia está a cargo de los esposos y dueños, Sres. Wilmer Vladimir Bustamante Nieto (Gerente General), y Sra. Patty Giuliana Ramírez Alarcón (Gerente Comercial), donde el gerente general es el representante legal y socio mayoritario con el 95% de acciones. El crecimiento del sector construcción ha permitido una evolución positiva en las ventas; sin embargo, la gestión carece de un plan estratégico que permita hacer un diagnóstico de la situación actual de la empresa, así como definir una ruta clara a seguir, y medir la efectividad en el uso de sus recursos y ejecución de los procesos. Es por ello, que en esta investigación se ha planteado la formulación del problema, ¿De qué forma el plan estratégico contribuye al fortalecimiento de la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo, 2022?

La Justificación de esta investigación, radica en que el éxito de las empresas afecta el crecimiento económico de un país, desde la generación de empleos, hasta los aportes que genera al PBI nacional; y para que estas empresas sean exitosas deben alcanzar los resultados esperados, a través de la planeación estratégica y su medición con indicadores de gestión.

De tal forma, el objetivo general es: Diseñar un plan estratégico que contribuya al fortalecimiento de la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C – Chiclayo, 2022. Objetivos específicos: Diagnosticar procesos, áreas e implementación del plan estratégico para el fortalecimiento de la gestión empresarial, Analizar la situación actual de procesos, áreas e implementación, que inciden en la gestión empresarial, Diseñar el plan estratégico para fortalecer la gestión empresarial en Corporación Bim SAC – Chiclayo, 2022, Validar el plan estratégico para fortalecer la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo, 2022, por juicio de expertos.

La hipótesis planteada es: El plan estratégico contribuye con el fortalecimiento de forma óptima en la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C – Chiclayo, 2022, en cuanto se aplique dadas las condiciones.

II. MARCO TEÓRICO

Una gestión empresarial efectiva, permite alcanzar mejores resultados, haciéndolas sostenibles en el tiempo; contribuyendo con el crecimiento económico de un país, en particular con el crecimiento del PBI, y generación de empleos inclusivos, que permitan erradicar la pobreza, ofreciendo a los trabajadores la protección de sus derechos laborales, y un trabajo seguro y sin riesgos.

En el ámbito internacional Baque et al. (2022) en su investigación acerca del análisis de una estructura metodológica de planificación, fue una investigación de enfoque cuantitativa, de tipo descriptiva, la población de estudio 50 directivos quienes respondieron a una encuesta. Los resultados, el 36% indican que la empresa si cuenta con la misión, visión, objetivos y una matriz FODA para direccionar a la empresa, el 44% manifiestan que la empresa no cuenta con estas herramientas administrativas. Se concluye que, con la el planteamiento de la propuesta basado en las fases de direccionamiento estratégico, formulación de estrategias, y evaluación de estrategias para lograr el cumplimiento de los objetivos.

Tapia et al. (2022) en su artículo tuvieron como propósito recopilar datos sobre la planificación institucional, comparar e interpretar los discursos sobre valores y objetivos estratégicos plasmados en los diversos planes, la investigación fue exploratoria. Los resultados se encontraron que los objetivos comprenden el 46%, está representado en el desarrollo profesional, la participación social, la modernización tecnológica y la mejora de la gestión. Se concluye que a través de este estudio fue necesario atender y perseguir los objetivos propuestos a medida en que inicialmente se observó que no se cuenta con un plan estratégico.

Merino & Cortés (2021) realizaron un diagnóstico detallado de la situación actual de la gestión empresarial permitió el desarrollo colaborativo del plan estratégico en la entidad, el enfoque fue evaluativo, mixto y perspectiva como técnicas se usó la encuesta. Los resultados muestran que el 34% describen la ausencia de planes estratégicos aplicados en la entidad para el cumplimiento de objetivos. Se concluye que se debe tener una constante evaluación para que sus gestores reflexionen e intenten poner en práctica el plan estratégico y las conclusiones aportadas, así como continuar con su seguimiento con el referente colaborativo que ha estado en el epicentro de este proyecto.

Back et al. (2021) en su artículo señala como propósito mapear instrumentos normativos capaces de operacionalizar los objetivos de una transformación empresarial, el estudio propositivo de enfoque cuantitativo y diseño cuasi experimental. Los resultados fueron que según lo observado se encontraron deficiencias de planes porque no se tiene una buena estructura de sus objetivos estratégicos, concluyendo que mediante el desarrollo de un plan estratégico se podrá mejorar las organizaciones para que estas puedan tener una transformación empresarial de forma eficiente, donde deben ser partícipes todos los representantes de las organizaciones.

Villar & Toyohama (2019) tuvieron como una de las finalidades del artículo fue explicar cómo es el rol, función y manejo del plan estratégico, esto se realizó mediante un sistema de evaluación, empleando la metodología descriptiva , de diseño no experimental, de corte transversal, evaluación que fue realizada bajo un enfoque cuantitativo, el 40% del total de la población de estudio, tiende a notar niveles muy elevados, significativos y notables de cumplimiento; por otro lado , un 35.6% asegura el no cumplimiento de planes estratégicos. Ante estos resultados, que reflejan el no cumplimiento del plan estratégico, el que está por debajo de los estándares medios; lo cual se llega a deducir que se necesita mejorar en lo que refiere a patrones de un plan estratégico.

Baldeos et al. (2022) tuvieron como objetivo en su investigación, estimar los indicadores de planeación estratégica que afectan en la competitividad. La metodología fue de tipo descriptiva correlacional. La población fue 8207 Mypes, la muestra fue 390. Se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados determinaron que 36% de las Mypes ejecutan la planeación estratégica, planeación financiera (0,101), desempeño económico (0,102) y competitividad (0,114), infraestructura de la empresa (0,304) y planeación de marketing (0,322). Se concluye que los indicadores de planeación estratégica que influyen en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas MYPES.

Bert et al. (2019) investigación que tiene como objetivo analizar si la planificación estratégica mejora el desempeño organizacional dicho estudio fue de enfoque cuantitativo, y diseño descriptivo – correlacional, la técnica fue la encuesta y como instrumentó el cuestionario. Los resultados determinaron que la planeación estratégica es 60% muy buena, 30% buena, 5% regular, 3% mala y un 2% muy

mala, en cuanto al desempeño organizacional un 80% es muy buena y un 20% buena, un 55% muy bueno, influye la planeación estratégica al desempeño laboral, un 35% bueno, 7% regular, 2% malo, y un 1% muy malo. Se concluye que la planeación estratégica influye positivamente en el desempeño laboral.

A nivel local, Castañeda (2021) en su artículo tuvo como propósito un plan para mejorar la toma de decisiones, en este, se ve la necesidad de plantear una estrategia, por lo cual se usa la metodología descriptiva-cuantitativa, con el diseño no experimental y transversal. Se realiza una encuesta a 23 colaboradores en su área de planeamiento donde ellos se desarrollan. De lo cual los resultados de las muestras arrojaron que el 52,20% de los colaboradores están de acuerdo con un plan estratégico. Donde el plan estratégico tiene como elementos la misión, la visión, la fortaleza. Por ende, las propuestas están diseñadas de acuerdo a los elementos que el macro y micro ambiente de las instituciones analicen.

Tirado (2021), en su estudio tuvo como finalidad proponer un plan estratégico para la mejora de la gestión empresarial, el estudio fue de diseño descriptivo – propositivo y como técnica se aplicó la encuesta, Teniendo como resultados los siguientes porcentajes, un 6 % de los colaboradores de una empresa consideran que si tienen suficiente conocimiento en gestión empresarial, por otro lado un 38% estima que los colaboradores tiene un conocimiento regular, un 6% da a conocer lo preocupante de esta situación , ya que manifiesta que un 6% tiene muy poco conocimiento en gestión empresarial. Concluyendo que un buen plan estratégico permite optimizar la gestión empresarial.

Rivadeneyra & Cruz (2020) en su artículo tuvieron como propósito poner en marcha y plantear el plan estratégico que tiene la empresa San Francisco SAC, teniendo el enfoque del Balance Scorecard, la población estuvo conformada por 10 personas, esta investigación responde al diseño no experimental propositiva y del tipo aplicada. Los resultados dan a conocer el porcentaje de falta de conocimiento de conceptos que aplican el aspecto de direccionamiento estratégico los cuales son: visión, misión, objetivos y valores. El resultado fue representado en más de 57 %, determinando que efectivamente se logró un plan de mejora en la organización mediante el desarrollo de estrategias relacionadas al incrementar el valor agregado económico de la empresa.

Calderón (2018) en su estudio buscó proponer un plan estratégico para mejorar la gestión empresarial, mostrando que el 70% de los miembros de la empresa consideran que no cuentan con un plan estratégico, mientras que por el otro lado un 30% considera que, si hay y se ejerce un plan estratégico; en este estudio de tipo descriptivo los resultados muestran una gestión empresarial en un 50% bajo y 26% regular. Se concluye que con el plan estratégico la empresa diseñará el camino que va seguir para la obtención de las metas trazadas, este dará paso al desarrollo eficaz de sus objetivos a largo, medio y corto plazo, esta es una herramienta de suma importancia ya que servirá como una guía para la operatividad y desarrollo de la empresa, además de colaborar a la mejora significativa de la gestión de la empresa.

Tirado (2021) su investigación tiene un diseño descriptivo. Los resultados determinaron que un 18% expresó que el actual planeamiento estratégico es el adecuado para la organización, un 46% medianamente adecuado y un 36% poco adecuado, un 38% y 62% se observa que existe un conocimiento disperso en cuanto a el planteamiento por la administración, un 31% regular y un 46% poco, así mismo un 8% expresó que tiene muy poco conocimiento. Se concluye que la gestión empresarial es ineficiente, con tendencia baja porque no tienen conocimiento y tampoco han participado en la elaboración, de la misión, visión, guías, manuales y bitácoras de la empresa; llegando a la conclusión que no existe una participación activa de los colaboradores.

En cuanto a la variable plan estratégico, el aporte teórico, basado en el modelo secuencial de D'Alessio (2018) describe su aporte teórico mediante el modelo secuencial del proceso estratégico, propone un conjunto de actividades que se desarrollan de manera secuencia con la finalidad que la organización educativa pueda proyectarse al futuro y pueda alcanzar su visión establecida. El modelo teórico se afianza en etapas principales: a) La formulación: es el planeamiento propiamente dicho en la que se busca estrategias que se llevarán a la organización de una situación actual a una situación futura deseada, analizando de una situación actual hasta llegar a cumplir su visión mediante el cumplimiento de sus objetivos a corto plazo y largo plazo; b) Implementación: en la cual se implementan las estrategias definidas en la primera fase, se caracteriza por la ejecución de los planes, estrategias y acciones; c) evaluación y control: Estas actividades se

realizarán durante todo el proceso para hacer seguimiento todo el proceso de planificación estratégica.

García et al. (2017) definen la planificación estratégica es una práctica empresarial donde, uno de los aspectos más importantes es la relación entre los procesos. El plan estratégico es método primordial y de suma importancia, ya que se evalúa la situación actual, revisando y analizando, cuáles serán y deben ser los objetivos principales para el buen funcionamiento y efectividad del futuro de la empresa (Calle et al., 2020). Este proceso es de suma importancia ya que requiere un enfoque sistemático para así identificar, analizar factores externos, y de tal manera hacerles frente con las diversas capacidades de la empresa (Pereverzeva, 2018). Este planeamiento estratégico le establece al administrador una herramienta útil que le ayuda a crear estrategias para el logro eficaz de las metas que han sido trazadas y propuestas en la empresa. En relación con esta afirmación Carrillo & Pulido (2021) señalan que: El planeamiento estratégico es un proceso dinámico, mediante el cual se apoya a la toma de decisiones de la organización en torno al camino que deben tomar para llegar a sus objetivos, en este proceso los responsables, procesan y analizan información de medios internos y externos de la organización, teniendo como objetivo identificar los niveles de competitividad para definir las directrices que les permitirán anticipar el futuro, por otro lado para Blokdyk (2018) es un componente de la Dirección Estratégica , que está centrado en las relaciones de organización- entorno teniendo una baja óptica de pertinencia, este enfoque es uno de los más conocidos para las empresas u organizaciones, ya que su aplicación auge en diferentes tipos de organizaciones.

La importancia del plan estratégico se centra en la disminución de los niveles de inseguridad y desconfianza, dando la seguridad a las diversas ventajas que existen, en cualquier acontecimiento futuro. Se trata de un esquema realmente efectivo que analiza las diversas opciones, garantizando su buena efectividad en la toma de decisiones. Esta incidirá satisfactoriamente en cada uno de los miembros de la empresa u organización (Mogrovejo et al., 2022), con la correcta gestión de la planificación estratégica se obtendrá una diferenciación de acuerdo con las capacidades que poseen sus implicados para que, en un promedio de mediano o largo plazo se estén efectuando los resultados planeados y esperados, este es un asunto que se vuelve interesante e importante y por lo cual la planeación

estratégica tiene totalmente la misión y las intenciones de hacerla competitiva en todo su entorno (Moran et al., 2021).

Dentro de lo que abarca las dimensiones del plan estratégico tenemos: Formulación y planteamiento, este consiste en el desarrollo de varios puntos fundamentales como es la visión, misión, análisis interno y externo, establecer objetivos a largo plazo y generar estrategias particulares. Implementación y dirección esta nos dice que para poner en práctica efectivamente las estrategias que mencionaremos, es de suma importancia y vital movilizar a quienes son parte de nuestra organización, la implementación y dirección implica desarrollar una cultura que esté a gusto y apoye la estrategia, la implementación de una estructura efectiva, guiar el potencial de marketing, por último, preparar presupuestos para desarrollar y utilizar sistemas. Evaluación y control, esta estrategia consiste en poner en práctica las tres principales actividades que serán de suma importancia para la efectividad y el buen desarrollo de la empresa 1) revisar los factores externos e internos para una buena ejecuión de las estrategias planteadas, 2) medir el desempeño, ver como va el desarrollo del objetivo de la investigación, y 3) aplicar acciones correctivas, esta estrategia evalúa y controla la ejecución efectiva de todo el sistema de manejo (Blokdyk, 2018).

Herramientas para el desarrollo del planeamiento estratégico: El Balance Score Card se le puede definir como una metodología que ayuda a transformar las estrategias de las empresas en objetivos operativos medibles y que pueden relacionarse entre sí, alineando estratégicamente el comportamiento de los colaboradores claves de la empresa, así como el de sus recursos (Gómez, 2018).

Los creadores del BSC, Kaplan & Norton (2018) establecieron que su principal objetivo es convertir la estrategia de la empresa en acción y resultados mediante el desarrollo de sus cuatro perspectivas: financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje. Para Méndez et al. (2020), es una herramienta gerencial que establece la implementación de estrategias que permitan el cumplimiento de la misión, también define sus objetivos y evalúa su cumplimiento, relacionándolos de forma definitiva y permanente con el control de su ejecución. Así mismo, una de las principales novedades que ofrece el BSC es que otorga la posibilidad de visualizar el desempeño de la organización en el tiempo, vinculando las perspectivas con el valor que genera (Suárez & Gonzáles, 2017). Es una herramienta básica en el

diseño de planificaciones estratégicas al admitir una comunicación y descripción de las estrategias de forma clara y coherente. Los directivos de las organizaciones son los que deben tomar decisiones estratégicas, que se fundamentan en la determinación de políticas y objetivos y en la provisión de los recursos necesarios para las acciones (Gómez, 2018).

Otra de las herramientas es el Análisis PEST según Bittan (2017) constituye un marco para revisar una situación, una estrategia o una posición, al igual que la dirección de una empresa, una propuesta de marketing o una idea. Todos estos aspectos pueden considerarse como factores del macroentorno, y su utilidad radica en la suposición de que el éxito de una organización en particular o una solución de gestión no pueden entenderse sin tener la información relevante para el entorno empresarial específico, el cual se refiere a todos los factores físicos y sociales externos que se consideran en el proceso gerencial. Así, a criterio de Bittan (2017) el análisis PESTEL asegura que el rendimiento de la organización esté alineado positivamente con las fuerzas de cambio que afecten el entorno empresarial, por lo que es de gran utilidad al momento de entrar en nuevos mercados y nuevos países, y ayuda a adaptarse eficazmente a las realidades del entorno.

Para la variable Gestión empresarial Miñán et al. (2021) nos presenta a la gestión empresarial como un proceso de “destrucción creativa”, haciendo presente la teoría del fil Josep Alois Schumpeter (1883- 1950), dicha teoría menciona que las empresas deben combinar los dos procesos de planificación y organización, como un método de productividad en constante evolución y constantes oleadas dirigidas por la innovación, para así brotar en la intensidad de un gran mercado monstruoso. La gestión empresarial tiene como principal finalidad hacer que la empresa sea viablemente económica, a través de diferentes colaboradores especializados en su campo los cuales son los siguientes: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros (Reyes et al., 2020). El mundo ha cambiado, la evolución de nuevas sociedades, la manera de informarnos, hacen que la gestión empresarial ya no sea un argumento de carácter local, a todos estos cambios constantes deben tomarle severa importancia ya que se trata de un asunto de índole mundial, el que vendrá con ello estrategias de permanencia en el mercado y énfasis en la satisfacción del cliente en cualquier lugar del mundo donde se encuentre (Jena, 2020).

Asimismo, Santoro (2018) lo denomina proceso intelectual creativo que permite el desarrollo, diseño, ejecución e implementación de determinados procesos de dirección de organizaciones o negocios, la comprensión y conceptualización del conocimiento del trabajo, así como la coordinación de personas, recursos tecnológicos, compatibles materiales con la gente, la política y el comercio para lograr sus fines u objetivos. Chiavenato (2019) afirma que es programada para lograr una producción y competitividad, aplicando las cuatro dimensiones, planificación, organización, dirección y control, concluimos que se debe realizar una investigación determinada del mercado para maximizar nuevas oportunidades y desempeños.

La gestión empresarial tiene cuatro dimensiones las cuales explicaremos brevemente y son las siguientes: Planeación, esta es una función administrativa, ésta determina los objetivos y como se deben llegar a ellos, consiste netamente en fijar el curso concreto de la meta o acción a seguir. Organización: se refiere a la organización, estructuración e integración para determinar funciones y obligaciones del grupo o toda la organización, este también diseña los niveles jerárquicos para la toma de decisiones a nivel operativo, medio o directivo. Dirección: Función que cae directamente en la administración de la empresa, se trata de establecer las responsabilidades, coordinación y la liderar las actividades, teniendo como función principal guiar, motivar, influir y convencer a los miembros para llegar a los objetivos trazados, Control: Es una de la funciones conocidas negativas y limitantes para muchos, ya que una de sus finalidades es delimitar algunos tipos de desvíos inesperados, también se encarga del monitoreo y revisión de los procesos y resultados de las metas y objetivos establecidos (Chiavenato, 2019).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se ha desarrollado ha sido de tipo básica, ya que se ha diagnosticado la realidad problemática, adoptando teorías, y construyendo los instrumentos que han permitido su medición (CONCYTEC, 2018).

El presente estudio ha sido de enfoque cuantitativo, ya que este método se encarga de recopilar y analizar la información a través de diversas fuentes y se interpretan datos de manera objetiva. Se han cuantificado las variables para determinar relaciones causales entre las variables, mediante métodos estadísticos (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

3.1.2. Diseño de investigación:

Diseño no experimental: Se llevó a cabo sin ningún tipo de manipulación de variables en las unidades de estudio. Este estudio recogió información en su contexto natural. Así mismo también se ha desarrollado de tipo transversal, porque la información de variables se ha recogido en un periodo de tiempo determinado (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Es de tipo descriptiva – propositiva porque, determinó, evaluó, aspectos, dimensiones respecto al fenómeno investigado, y ha propuesto un plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. - Chiclayo (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Figura 1:

Diseño de investigación

R ➡ Dx ➡ P

Dónde:

R : Realidad

Dx : Diagnóstico

P : Propuesta

3.2. Variables y Operacionalización

Variables

Variable independiente: Plan estratégico

- **Definición conceptual:** En relación con esta afirmación Carrillo & Pulido (2021) señalan que: El plan estratégico es básicamente un plan de acción constante, que toda empresa debe tener para definir sus planes de acción a largo o corto plazo, los encargados de la toma de decisiones, procesan definen los objetivos y analizan toda la información tanto de medios internos y externos de la empresa, esto con el fin de determinar sus niveles de competitividad.
- **Definición operacional:** Es definir el horizonte de la empresa, partiendo de un diagnóstico empresarial, estableciendo objetivos y estrategias, para ser implementadas, controladas y medidas; buscando desarrollo y proyección global.
- **Indicadores**
  - Misión, Visión y Valores
  - Análisis interno (MEFI)
  - Análisis externo (MEFE)
  - Matriz FODA
  - Objetivos SMART
  - Comunicación y alineación de la estrategia
  - Cuadro de mando integral

Variable dependiente: Gestión empresarial,

- **Definición conceptual:** La gestión empresarial es aquella actividad empresarial que, orienta a la mejor productividad y competitividad de una empresa o negocios, este tiene como finalidad el buen funcionamiento de la administración y de sus características, a través de diferentes miembros de la organización, los cuales son: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros (Reyes, et al. 2020).
- **Definición operacional:** Es el trabajo operativo, táctico y estratégico, que realizan los trabajadores de una empresa, de manera efectiva, aportando valor y permitiendo el logro de los objetivos organizacionales.

- **Indicadores:**
  - Estrategia, programa y presupuesto
  - Estructura organizacional
  - Procesos, procedimientos y políticas
  - Descripción de puestos
  - Escala remunerativa
  - Clima organizacional
  - Condiciones laborales
  - Liderazgo
  - Indicadores de gestión

3.3. Población, muestra y muestreo

Según señala Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) la población es la unión de personas con rasgos parecidas, en el cual se recolecta la información dentro de un entorno que presenta un problema.

3.3.1. Población: está conformada por todos los colaboradores de la empresa, en sus dos sucursales ubicadas en la ciudad de Chiclayo.

3.3.2. Muestra: En la población no se ha aplicado el muestreo debido a que estadísticamente es pequeño, la muestra es igual a la población, siendo un total de 35 colaboradores.

Tabla 1

Cantidad de Trabajadores según Áreas en la empresa Corporación Bim SAC

Área	f	%
Gerencia	3	8,57
Administración	2	5,71
Contabilidad	4	11,43
Ventas	7	20,00
Caja	2	5,71
Logística	10	28,57
Transporte	6	17,14
Sistemas	1	2,86
TOTAL	35	100,0

Nota: Datos obtenidos de la data de trabajadores proporcionada por Administración

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.

Las técnicas empleadas fueron las siguientes:

La encuesta, es de las técnicas más populares para recoger información de la población estudio que son individuos, quienes pueden responder interrogantes según las alternativas para cada una, las que han sido determinadas según las variables que se busca medir (Bernal, 2016). El instrumento utilizado ha sido el cuestionario para cada variable.

Cuestionario, estará conformado por un conjunto de preguntas para cada indicador, para sus dimensiones y, por ende, medir las variables estudiadas.

La entrevista, es una técnica que consiste en una conversación entre el entrevistado y el entrevistador, con la finalidad de conseguir información que permita comprobar la hipótesis de la investigación (Ñaupas et al., 2016). El instrumento aplicado ha sido la guía de entrevista para ambas variables.

Análisis documental; consiste en optar por información importante de la empresa con el propósito de expresar su contenido sin ambigüedades para luego ser examinada y evaluada por el investigador.

Ficha de recolección de datos: Este instrumento se utilizará para recopilar información acerca de las variables a estudiar, permitirá ampliar la información requerida.

La validez según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) define el grado en el que se pretende medir la validez que tiene los instrumentos que van de forma directa a las variables de estudio, así mismo tratando de evitar oblicuidad de parte del investigador a cargo. La investigación ha cumplido con los principales principios de claridad, pertinencia y relevancia, para esto ha sido validada por 5 expertos. Con referencia a la confiabilidad, este ha sido medido a través del alfa de Cronbach, habiendo obtenido una fiabilidad de 0.821 para la variable independiente plan estratégico y 0.863 para la variable dependiente gestión empresarial.

3.5. Procedimientos

Para esta investigación se ha estudiado acerca del diseño de un plan estratégico, que contribuya con el fortalecimiento de la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C, en base a la información recogida por medio de encuestas, entrevistas realizadas a la población de estudio, así como también el análisis

documental el cual ha permitido tener un mejor diagnóstico de la empresa respecto a las variables estudiadas (Bernal, 2016).

Los resultados han sido tabulados mediante el programa SPSS25, el que ha permitido presentar los resultados en tablas descritas con la información recopilada.

3.6. Métodos de análisis de datos

Se consideró, a Bernal (2016) método descriptivo: en este método se diseñan productos, modelos prototipos, entre otros, este método representa solamente a las variables que están siendo investigadas, para después ser descritas según los resultados del reporte adquirido, aquí no se muestran ni dan detalles de las situaciones o hechos, también se muestran las características y propiedades. El método analítico, según Valderrama (2016) consiste en descomponer mentalmente un todo de sus partes, cualidades, múltiples relaciones, propiedades y componentes, ya que así permite agilizar y hacer más factible el análisis de los resultados conseguidos, los cuales permiten definir conclusiones y recomendaciones con la finalidad de optimizar los conocimientos que abarca las variables de estudio. En cuanto al método estadístico, se ha empleado para analizar la información mediante la estadística descriptiva, optando por utilizar el SPSS25 medio software, este estadístico ha tenido la misión de capturar análisis de datos para la realización de tablas con una data compleja, muy aparte de discutir teorías y aportes con otros investigadores, el cual su finalidad ha sido dar conclusiones acerca de la investigación.

3.7. Aspectos éticos

La presente investigación se ha regido en el Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo. Consistió también en obtener el permiso de los participantes que han sido unidades de estudio, se entiende que cada uno debió tomar una decisión de participar de manera libre y voluntaria, habiendo la investigadora explicado las razones de la investigación y la finalidad que ha sido netamente académica en la investigación realizada, se invitó a los directivos para formar parte de esta investigación, dándoles a conocer el propósito y fin de la investigación, dando el consentimiento correspondiente para utilizar y trabajar con la información adquirida.

IV. RESULTADOS

El objetivo general:

Diseñar un plan estratégico que contribuya al fortalecimiento de la gestión empresarial en Corporación Bim SAC - Chiclayo, 2022.

Objetivo específico 1: Diagnosticar procesos, áreas e implementación del plan estratégico para el fortalecimiento de la gestión empresarial.

Tabla 2

VI Plan estratégico

Escala	f	%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	40%
De acuerdo	18	51%
Totalmente de acuerdo	2	6%
Total	35	100,0%

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Corporación Bim SAC - Chiclayo.

Los resultados obtenidos en la variable plan estratégico muestran que el 51% de los colaboradores conocen de los indicadores de esta variable y están de acuerdo con la importancia de éstos para la empresa Corporación Bim SAC, sin embargo, también hay un representativo porcentaje del 40% de colaboradores que manifiesta no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo, con lo que conoce del plan estratégico.

Tabla 3

Dimensiones del plan estratégico

Escala	Formulación y planeamiento		Implementación y dirección		Evaluación y control	
	f	%	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	1	3%	1	3%	3	9%
En desacuerdo	24	69%	4	11%	21	60%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
De acuerdo	6	17%	26	74%	9	26%
Totalmente de acuerdo	4	11%	4	11%	2	6%
Total	35	100%	35	100%	35	100%

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Corporación Bim SAC - Chiclayo.

Respecto a las dimensiones del plan estratégico, se puede observar que, en la primera dimensión de formulación y planeamiento, el 69% está en desacuerdo respecto a conocer de la misión, visión, valores y objetivos de la empresa, el 17% considera estar de acuerdo en conocer y el 11% totalmente de acuerdo.

En la dimensión implementación y dirección, el 74% está de acuerdo con la importancia de la implementación y dirección de un plan estratégico y que esté alineado a los procesos y personas, un 11% está totalmente de acuerdo, lo que coincide con los que están en desacuerdo y 3% están totalmente en desacuerdo.

En la dimensión evaluación y control, el 60% está en desacuerdo respecto al control de las actividades y evaluaciones en la empresa, un 26% está de acuerdo y un 9% totalmente en desacuerdo.

Objetivo específico 2: Analizar la situación actual de procesos, áreas e implementación, que inciden en la gestión empresarial.

Tabla 4

VD Gestión empresarial

Escala	f	%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	6	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	69%
De acuerdo	5	14%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	35	100%

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Corporación Bim SAC - Chiclayo.

Los resultados obtenidos en la variable gestión empresarial muestran que el 69% manifiesta estar, ni de acuerdo, ni en desacuerdo respecto a la gestión empresarial que actualmente se desarrolla en la empresa, también se muestra a un 17% de colaboradores que manifiesta estar en desacuerdo con la gestión y un 14% está de acuerdo.

Tabla 5

Dimensiones de la gestión empresarial

Escala	Planificación		Organización		Dirección		Control	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	8	23%		0%		0%	8	23%
En desacuerdo	12	34%	2	6%	9	26%	18	51%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	34%	23	66%	13	37%	9	26%
De acuerdo	3	9%	10	29%	13	37%	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	35	100%	35	100%	35	100%	35	100%

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Corporación Bim SAC - Chiclayo.

Los resultados encontrados en la dimensión de planificación, muestran que, un 34% de los colaboradores están de acuerdo con conocer de estrategia, programas, presupuestos, sin embargo, coincide con los que están en desacuerdo. También tenemos un representativo porcentaje del 23% que manifiesta estar totalmente en desacuerdo.

En la dimensión de organización, un 66%, ni está de acuerdo ni en desacuerdo con lo que conoce del organigrama, procedimientos, sus funciones y responsabilidades, mientras que un 29% está de acuerdo y un 6% en desacuerdo.

En la dimensión de dirección, un 37% manifiesta estar de acuerdo con la importancia de la inducción, capacitaciones, y en el mismo porcentaje están, ni de acuerdo, ni en desacuerdo con el clima laboral, mientras que un importante 26% está en desacuerdo.

En la dimensión de control, un 51% está en desacuerdo con el control que en la actualidad se realiza, frente a un 26% que, ni está de acuerdo, ni en desacuerdo, y un 23% manifiesta estar totalmente en desacuerdo.

Resultados de la entrevista a 5 jefes de área (Anexo 6)

Análisis VI Plan estratégico:

Se observa que existe conocimiento por parte de estas jefaturas, acerca de los indicadores del plan estratégico, como son la misión, visión, valores y objetivos organizacionales, pero desde su propia definición. También conocen las debilidades, fortalezas oportunidades y amenazas de la empresa, lo que contribuye a tomar decisiones más acertadas, sin embargo, mencionan que puede mejorarse el procesamiento y análisis de la información. Todos coinciden en la importancia de la implementación de un plan estratégico, desde las acciones de mejora para cada área. Consideran que existe comunicación efectiva entre los equipos de trabajo y que está presente un crecimiento sostenible de la empresa, pero se debe trabajar en pro de mejorar la satisfacción del cliente desde una comunicación que vaya de adentro hacia afuera. Se cuenta con personal comprometido, pero con poca claridad de lo que se espera de ellos y de lo importante que es el trabajo que cada uno desarrolla dentro de la empresa.

Análisis VD Gestión empresarial:

Existe poca claridad y alineación en cuanto a la estrategia, programas y presupuestos. Se observa también que tienen claro conocimiento del organigrama de la empresa, que los procesos y procedimientos son acordes, pero se debe mejorar la ejecución y control de los mismos, se valora la importancia de la inducción al personal, la cual no se realiza en la actualidad, así como la capacitación. Consideran también que se debe brindar claridad respecto a las funciones y responsabilidades en cada puesto de trabajo. En Cuanto a la escala remunerativa es significativo establecerla de manera justa y estrechamente relacionada con los perfiles de puesto que deben quedar establecidos previamente a la contratación de nuevo personal. Existen trabajadores con la habilidad de liderar a sus subordinados o equipos de trabajo, sin embargo, consideran se debe potenciar aún más. En lo que respecta al clima laboral hay percepciones disímiles, en las que invitan a realizar acciones de mejora, así como en el control y supervisión del cumplimiento de las políticas relacionadas a seguridad y salud. Manifiestan que definir los indicadores de gestión permitirán ir midiendo los resultados para tomar mejores decisiones y proponer mejoras en cada área de trabajo.

Resultados del análisis documental

Tabla 6

Ratios de rentabilidad

Ratios de rentabilidad	**2019**	**2020**	**2021**
ROA	6,85%	11,74%	13,37%
ROE	23,24%	31,91%	37,67%
Margen Neto	2,21%	5,00%	6,35%

Nota: Datos obtenidos de la información contable de la empresa Corporación Bim SAC - Chiclayo.

A través de la ficha de recolección de datos que se muestra en el Anexo 6, la cual contiene detalle de ratios financieros e información relevante de períodos históricos 2019-2021, se han obtenido los siguientes resultados:

A nivel de las ventas, en el año 2020 hubo una notoria disminución de las mismas, debido a la crisis sanitaria por el covid19 que afrontó el mundo, la cual paralizó las operaciones de la empresa por tres meses. También se observa una significativa recuperación de las ventas para el año 2021.

Comparando las ratios financieras, se diagnostica y analiza lo siguiente:

Liquidez ácida: En el año 2020, a pesar de la crisis sanitaria, la empresa obtuvo una ratio del 1.03, es decir podría cubrir sus obligaciones, retirando sus existencias del activo corriente.

Liquidez inmediata: Para el año 2020 la ratio fue la más aceptable, ya que se disponía de 0.26 en caja y bancos para afrontar las deudas en el corto plazo.

Período promedio de existencias: Esta ratio no ha sido nada favorable para el año 2021, ya que se incrementó considerablemente los días que la mercadería permanecía en stock sin ser vendida.

Período promedio de cuentas por cobrar: Debido a que en el año 2020 se aplicaron políticas de restricción a los créditos se ha logrado mejorar el período promedio de las cuentas por cobrar, llegando a ser 20 días para el año 2021.

Endeudamiento general: En los años 2020 y 2021, ha logrado mantener sus niveles de endeudamiento en relación a sus activos totales.

En la rentabilidad económica ROA, la empresa ha logrado mejores resultados en el año 2021.

V. DISCUSIÓN

En el primer objetivo específico: Diagnosticar procesos, áreas e implementación del plan estratégico para el fortalecimiento de la gestión empresarial.

Se identificó en la variable plan estratégico que el 51% de los colaboradores conocen de los indicadores de esta variable a nivel general y están de acuerdo con la importancia de éstos para la empresa Corporación Bim SAC, sin embargo, también hay un representativo porcentaje del 40% de colaboradores que manifiesta no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo, con lo que conoce de: misión, visión, valores, objetivos. Estos hallazgos se contrastan con el estudio de Baque et al. (2022), donde los resultados, muestran que el 36% indican que la empresa si cuenta con la misión, visión, objetivos y una matriz FODA para direccionar a la empresa, el 44% manifiestan que la empresa no cuenta con estas herramientas administrativas, mientras que el 5% desconocen si la empresa cuenta con el direccionamiento estratégico. Esto ayuda a proponer los tres procesos que son de suma importancia para el desarrollo de la empresa y de la eficiencia de las estrategias, las cuales vendrían a ser: direccionamiento estratégico, formulación de estrategias y, por último, evaluación de estrategias; esta es una de las estructuras más importantes y a la vez flexible y comprensible, ya que al ponerla en marcha da una mejora al crecimiento.

Asimismo, el estudio de Minaya (2021) muestra como resultados, que el 18.3% confirmó que la empresa sostiene deficiencia en su plan estratégico, un 39.65% dice que está correcto y por último un 40.3 % dijo en el estudio que tiene deficiencias, con todo este resultado, se concluye que se elaboraron estrategias, usando lo estudiado, lo aprendido en el mercado competitivo y elaborando matrices, teniendo en cuenta los objetivos a corto y largo plazo.

De la variable plan estratégico, en la primera dimensión de formulación y planeamiento, el 69% considera estar en desacuerdo con lo que conoce de ella, mientras que, el 17% considera conocer bastante y el 11% mucho, esto permite diagnosticar la inexistencia del plan estratégico, que lleve hacia acciones para lograr los objetivos empresariales. En la investigación de Tapia & Pinto (2022) los resultados se encontraron que los objetivos comprenden el 46%, está representado en el desarrollo profesional, la participación social, la modernización tecnológica y

la mejora de la gestión. Se concluye que a través de este estudio fue necesario atender y perseguir los objetivos propuestos a medida en que, inicialmente se observó que no se cuenta con un plan estratégico.

Mientras que en la dimensión implementación y dirección, el 74% está de acuerdo con la importancia de la implementación y dirección de un plan estratégico, y que esté alineado a los procesos y personas, un 11% está totalmente de acuerdo, lo que coincide con los que están en desacuerdo y 3% están totalmente en desacuerdo. Para Back et al. (2021) los resultados fueron que, según lo observado se encontraron deficiencias de planes porque no se tiene una buena estructura de sus objetivos estratégicos, concluyendo que mediante el desarrollo de un plan estratégico se podrá mejorar a las organizaciones, para que estas puedan tener una transformación empresarial de forma eficiente, donde deben ser partícipes todos los integrantes de las organizaciones. Para Castañeda (2021) los resultados de las muestras arrojaron que el 52.20% de los colaboradores están de acuerdo con un plan estratégico. Donde el plan estratégico tiene como elementos la misión, la visión, la fortaleza. Por ende, las propuestas están diseñadas de acuerdo a los elementos que el macro y micro ambiente de las instituciones analicen.

En la dimensión evaluación y control, el 60% está en desacuerdo respecto al control de las actividades y evaluaciones en la empresa, un 26% está de acuerdo y un 9% totalmente en desacuerdo. Según Villar & Toyohama (2019) el 40% del total de la población de estudio, tiende a notar niveles muy elevados, significativos y notables de cumplimiento; por otro lado, un 35.6% asegura el no cumplimiento de planes estratégicos. Ante estos resultados, que reflejan el no cumplimiento del plan estratégico, el que está por debajo de los estándares medios; lo cual se llega a deducir que, se necesita mejorar en lo que refiere a patrones de un plan estratégico.

En el segundo objetivo específico: Analizar la situación actual de procesos, áreas e implementación, que inciden en la gestión empresarial, en la variable gestión empresarial, se aprecia que, el 69% manifiesta estar, ni de acuerdo, ni en desacuerdo respecto a la gestión empresarial que actualmente se desarrolla en la empresa, también se muestra a un 17% de colaboradores que manifiesta estar en desacuerdo con la gestión y un 14% está de acuerdo. Merino & Cortés (2021) en los resultados muestran que el 34% describe la ausencia de planes estratégicos aplicados en la entidad para el cumplimiento de objetivos. Se concluye que se debe

tener una constante evaluación para que sus gestores reflexionen e intenten poner en práctica el plan estratégico y las conclusiones aportadas, así como continuar con su seguimiento en el referente colaborativo que ha estado en el epicentro de este proyecto.

Los resultados encontrados en la dimensión de planificación, muestran que, un 34% de los colaboradores están de acuerdo en conocer de estrategia, programas, presupuestos, sin embargo, coincide con los que están en desacuerdo. También tenemos un representativo porcentaje del 23% que manifiesta estar totalmente en desacuerdo. Comparado al estudio de Tirado (2021) el cual tuvo como finalidad proponer un plan estratégico para la mejora de la gestión empresarial, del cual se obtuvo que, un 6 % de los colaboradores de una empresa consideran que si tienen suficiente conocimiento en gestión empresarial, por otro lado un 38% estima que los colaboradores tiene un conocimiento regular, un 6% da a conocer lo preocupante de esta situación, ya que manifiesta que un 6% tiene muy poco conocimiento en gestión empresarial. Se concluye que un buen plan estratégico permite mejorar la gestión empresarial.

En la dimensión de organización, un 66%, ni está de acuerdo ni en desacuerdo con lo que conoce del organigrama, procedimientos, sus funciones y responsabilidades, mientras que un 29% está de acuerdo y un 6% en desacuerdo.

En la dimensión de dirección, un 37% manifiesta estar de acuerdo con la importancia de la inducción, capacitaciones, y en el mismo porcentaje están, ni de acuerdo, ni en desacuerdo con el clima laboral, mientras que un importante 26% está en desacuerdo. Para Urquiaga et al. (2021) los resultados muestran que se propuso un modelo estructurado en 6 etapas fundamentales: desarrollo de la declaración de misión, visión, valores y propuesta de valor, realización de matrices de insumo, diseño de estrategia, realización de matrices de decisión, ejecución del plan de implementación y evaluación y seguimiento de la propuesta. Concluyendo que el modelo de la propuesta para mejorar la organización es aceptado ya que el promedio de ingresos mensuales se elevó a un 81.82% con ellos también el nivel de satisfacción, ya que mejora el nivel de servicio, haciendo más efectiva la fidelización que también se vio incrementada en un 30.44%.

Respecto a la dimensión de control, un 51% está en desacuerdo con el control que en la actualidad se realiza, frente a un 26% que, ni está de acuerdo, ni en desacuerdo, y un 23% manifiesta estar totalmente en desacuerdo.

Asimismo, se identificó que, los resultados obtenidos en el análisis documental de los estados financieros, se aprecia que, en la rentabilidad económica ROA, la empresa ha logrado mejores resultados en el año 2021. A través de la ficha de recolección de datos que se muestra en el Anexo 6, la cual contiene detalle de ratios financieros e información relevante de períodos históricos 2019-2021, se han obtenido los siguientes resultados: A nivel de las ventas, en el año 2020 hubo una notoria disminución de las mismas, debido a la crisis sanitaria por el Covid19 que afrontó el mundo, la cual paralizó las operaciones de la empresa por tres meses. También se observa una significativa recuperación de las ventas para el año 2021. Estos hallazgos se contrastan con el estudio de Merino & Cortés (2021) realizó un diagnóstico detallado de la situación actual de la gestión empresarial, que permitió el desarrollo colaborativo del plan estratégico en la entidad, el enfoque fue evaluativo, mixto y perspectiva como técnicas se usó la encuesta. Los resultados muestran que el 34% describiendo la ausencia de planes estratégicos aplicados en la entidad para el cumplimiento de objetivos. Se concluye que se debe tener una constante evaluación, para que sus gestores reflexionen e intenten poner en práctica el plan estratégico y las conclusiones aportadas.

Diseñar el plan estratégico para fortalecer la gestión empresarial en Corporación Bim SAC – Chiclayo, 2022. Según Tirado (2021) un 38% estima que los colaboradores tiene un conocimiento regular, un 6% da a conocer lo preocupante de esta situación, ya que manifiesta que un 6% tiene muy poco conocimiento en gestión empresarial. Se concluye que un buen plan estratégico permite mejorar la gestión empresarial.

Rivadeneyra & Cruz (2020) en su artículo tuvieron como propósito poner en marcha y plantear el plan estratégico que tiene la empresa San Francisco SAC, teniendo el enfoque del Balance Scorecard, la población estuvo conformada por 10 personas, esta investigación responde al diseño no experimental propositiva y del tipo aplicada. Los resultados dan a conocer el porcentaje de falta de conocimiento de conceptos que aplican el aspecto de direccionamiento estratégico los cuales son: visión, misión, objetivos y valores. El resultado fue representado en más de 57

%, determinando que efectivamente se logró un plan de mejora en la organización mediante el desarrollo de estrategias relacionadas al incrementar el valor agregado económico de la empresa.

El modelo que permite el desarrollo de la propuesta estuvo basado en el teórico, basado en el modelo secuencial de D´Alessio (2018) describe su aporte teórico mediante el modelo secuencial del proceso estratégico, propone un conjunto de actividades que se desarrollan de manera secuencia con la finalidad que la organización educativa pueda proyectarse al futuro y pueda alcanzar su visión establecida. El modelo teórico se afianza en etapas principales: la formulación, que es el planeamiento propiamente dicho en la que se busca estrategias que llevarán a la organización de una situación actual a una situación futura deseada, analizando de una situación actual hasta llegar a cumplir su visión mediante el cumplimiento de sus objetivos a corto plazo y largo plazo; la implementación, en la cual se implementan las estrategias definidas en la primera fase, se caracteriza por la ejecución de los planes, estrategias y acciones; y por último la evaluación y control, cuyas actividades se realizarán para hacer seguimiento a todo el proceso de planificación estratégica.

Asimismo, en las dimensiones del plan estratégico tenemos: en la primera etapa de formulación y planteamiento, la cual consiste en desarrollar varios puntos fundamentales como es la visión, misión, análisis interno y externo, establecer objetivos a largo plazo y generar estrategias particulares. En la segunda etapa de implementación y dirección, esta nos dice que para poner en práctica efectivamente las estrategias, es de suma importancia y vital movilizar a la organización, implica desarrollar una cultura acorde y que apoye la estrategia, la implementación de una estructura efectiva, guiar el potencial de marketing, por último, preparar presupuestos para desarrollar y utilizar sistemas. En la tercera etapa de evaluación y control, consiste en poner en práctica las tres principales actividades que serán de suma importancia para la efectividad y el buen desarrollo de la empresa, revisando los factores externos e internos para el buen funcionamiento de las estrategias planteadas, medir el desempeño, ver cómo va el desarrollo del objetivo de la investigación, y aplicar acciones correctivas, esta estrategia evalúa y controla la ejecución efectiva de todo el sistema de manejo (Blokdyk, 2018).

Validar el plan estratégico para fortalecer la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo, 2022, por juicio de expertos.

Calderón (2018) en su estudio buscó proponer un plan estratégico para mejorar la gestión empresarial, mostrando que el 70% de los miembros de la empresa consideran que no cuentan con un plan estratégico, mientras que por el otro lado un 30% considera que, si hay y se ejerce un plan estratégico; en este estudio de tipo descriptivo los resultados muestran una gestión empresarial en un 50% bajo y 26% regular. Se concluye que con el plan estratégico la empresa diseñará el camino que va seguir para la obtención de las metas trazadas, este dará paso al desarrollo eficaz de sus objetivos a largo, medio y corto plazo, esta es una herramienta de suma importancia ya que servirá como una guía para la operatividad y desarrollo de la empresa, además de colaborar a la mejora significativa de la gestión de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

La ausencia de un plan estratégico en la empresa recae sobre los resultados obtenidos en la encuesta, por lo que su implementación contribuirá de manera sustancial en las mejoras que se esperan obtener.

1. Se diagnosticó que en la empresa Corporación Bim S.A.C, la mayoría de colaboradores consideran muy importante contar con el planeamiento estratégico, sin embargo, existe desconocimiento acerca de la visión, misión, valores y objetivos de la organización, lo cual muestra la falta de dirección por parte de los colaboradores.
2. El análisis de la situación actual de procesos, áreas e implementación, que inciden en la gestión empresarial, en la variable gestión empresarial, respecto a la planificación han considerado estar, ni de acuerdo, ni en desacuerdo, la misma calificación que se otorgó a la dimensión de organización, los procedimientos, sus funciones y responsabilidades, a nivel de dirección consideran estar de acuerdo con la importancia de la inducción, capacitaciones, admitiendo que hay un clima laboral por mejorar. Han admitido estar en desacuerdo con el control en las actividades y operaciones que realiza en la empresa.
3. Se identificó que la empresa ha logrado mejores ingresos en ventas y mejores resultados en rentabilidad en el año 2021. Esto conlleva a pensar que los resultados de la gestión pueden mejorar considerablemente con un impacto muy positivo, con la implementación de un plan estratégico.
4. El diseño del plan estratégico para fortalecer la gestión empresarial en Corporación Bim SAC – Chiclayo, 2022, se basó en el modelo que permite el desarrollo de la propuesta, modelo secuencial de D´Alessio (2018) el cual propone un conjunto de actividades con la finalidad que la organización alcance sus objetivos, mediante la formulación y planeamiento, la implementación y dirección y la evaluación y control.
5. Finalmente, se validó el plan estratégico para fortalecer la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo, 2022, mediante el juicio de expertos, quienes revisaron y verificaron la propuesta definida en esta investigación.

VII. RECOMENDACIONES

La implementación del plan estratégico propuesto deberá ser monitoreado de manera permanente y adaptado a los cambios internos y externos.

1. A la gerencia general, revisar el plan estratégico que se presenta, para su complementación y aplicación, basado al plan propuesto, buscando enfatizar en el desarrollo de las estrategias empresariales de acuerdo a los objetivos de la organización, donde se desarrolle un seguimiento y control a cada una de las estrategias y actividades para conocer los resultados, la rentabilidad y contribución para la gestión empresarial.
2. A la gerencia comercial, contratar los servicios de un consultor para hacer un estudio de mercado que permita diagnosticar y analizar a los clientes y competencia, para la definición de mejores estrategias. Contratar los servicios de un profesional en página web y redes, para que rediseñe la página web de la empresa, y a través de estrategias digitales y permita a la empresa ser más competitiva en las diversas plataformas virtuales, de manera de llegar de forma más amigable al público objetivo, y contribuir con el crecimiento de la empresa.
3. A la jefatura de logística buscar nuevas alianzas estratégicas con nuevos los proveedores y mejorar los acuerdos comerciales con los ya existentes, de manera que permitan ofrecer al mercado precios más competitivos, así como hacer más efectiva la cadena de abastecimiento.
4. A las jefaturas de área, organizar equipos de trabajo con los colaboradores para participar en los planes por área, previo diagnóstico situacional interno, buscando su participación y compromiso.
5. Que esta investigación sea tomada en cuenta para futuras investigaciones, como aporte a la sociedad, en la cual están inmersas y participan activamente las empresas, y para la comunidad científica.

VIII. PROPUESTA

Título: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C – Chiclayo

Objetivo de la propuesta: Contribuir al fortalecimiento de la gestión en Corporación Bim S.A.C.

Justificación: el plan estratégico propuesto, justifica mejorar la gestión empresarial, ya que actualmente no se cuenta con esta herramienta, la cual considero de suma importancia, ya que su existencia y aplicación mejorarán de manera sustancial la gestión actual.

Esta propuesta se ha elaborado teniendo en cuenta el modelo secuencial propuesto por D'Alessio, a través de un proceso estratégico, que inicia en el diagnóstico de la situación actual de la empresa y continúa con el desarrollo de tres etapas secuenciales:

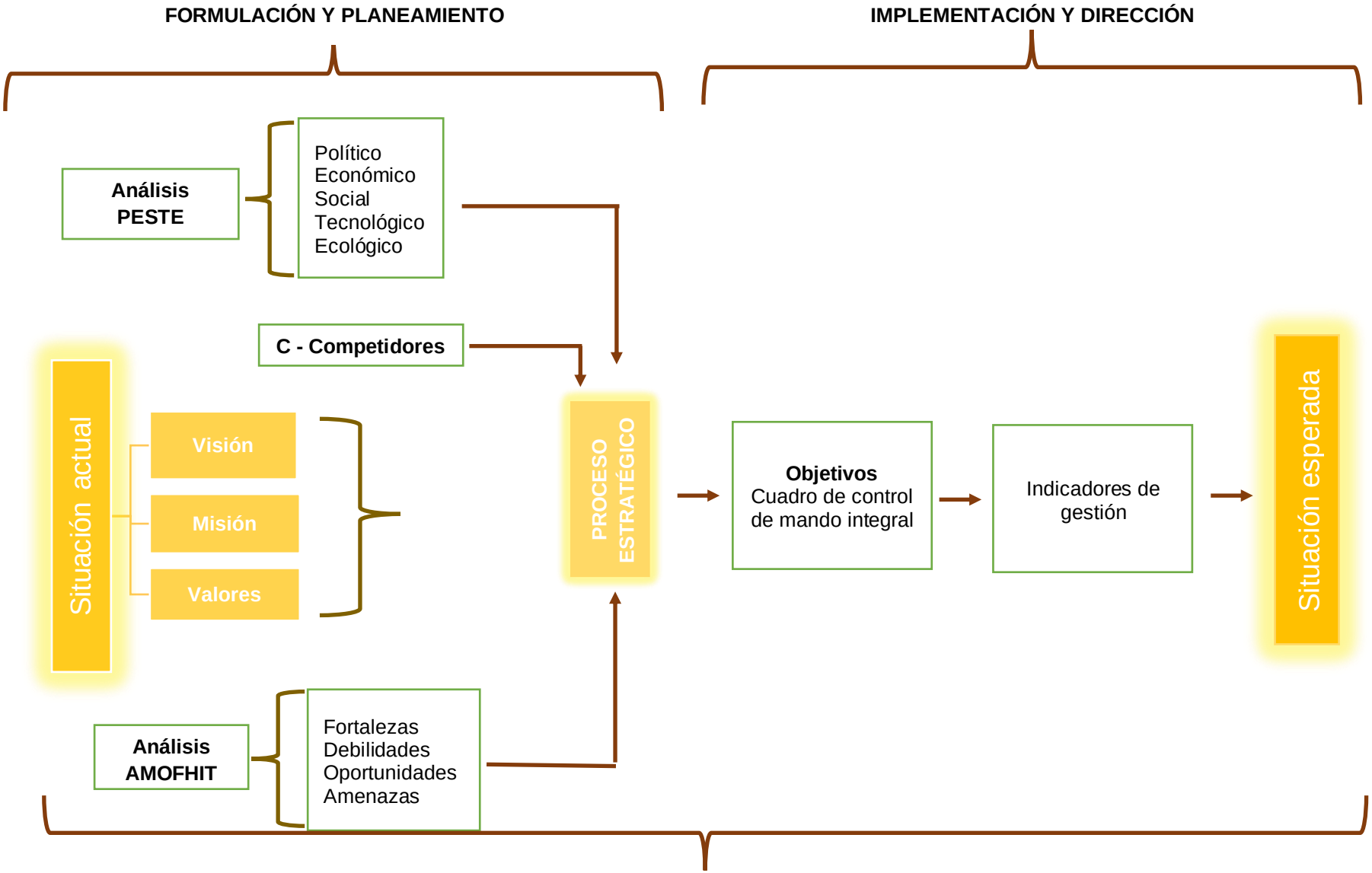
- Formulación y planeamiento
- Implementación y dirección
- Evaluación y control

En la primera etapa tenemos la definición propuesta de: visión, misión, valores y organigrama. También se ha realizado el análisis de las fortalezas y debilidades, como análisis interno, el análisis de las oportunidades y amenazas, como análisis externo. Se ha considerado un análisis frente al sector a través de las 5 fuerzas competitivas.

En la segunda etapa, y de acuerdo a la situación encontrada se han definido los objetivos estratégicos, usando el tablero de control integral, con cuatro perspectivas, que son: finanzas, clientes, procesos internos, aprendizaje y desarrollo. Esto con la finalidad de establecer estrategias que marquen la ruta a seguir, para conseguir los objetivos propuestos.

En la tercera etapa, para el control se propone la elaboración de planes específicos por área, de manera que pueda ser monitoreados a través de indicadores de gestión, tenemos los siguiente: de logística, de ventas, de finanzas.

PLAN ESTRATÉGICO CORPORACIÓN BIM S.A.C.



REFERENCIAS

Addul, A. (2019). The impact of strategic planning on enhancing the strategic performance of banks: Evidence from Bahrain. *Business Perspectives, 14*(2), 140-151. doi:DOI: 10.21511/bbs.14(2).2019.12

Back, A., Di Giulio, G., & Malheiros, F. (2021). São Paulo's strategic master plan and the challenges of sustainable urban transformation. *Sustentabilidade em Debate, 12*(3), 214 - 232. doi:10.18472/SUSTDEB.V12N1.2021.40197

Baldeos, L., Lioo, F., & Vellon, V. (2022). Strategic planning and competitiveness of MYPES in the province of Huaura del Peru. *Scielo* . doi:https://doi.org/10.36097/rsan.v1i43.1235.

Baque , L., Izquierdo, A., & Viteri, D. (2022). Estructura metodológica de plan estratégico para mejorar las ventas en las Mipymes del cantón Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad, 1*, 66-74. Retrieved from https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2677

Benza, C. (2021, 11 09). *https://www.esan.edu.pe/.* Retrieved 11 15, 2022, from https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-beneficia-el-planeamiento-estrategico-a-las-empresas-b2b

Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* Pearson Educación.

Bert, G., Walker, R., & Monster, J. (2019). Does Strategic Planning Improve Organizational Performance? A Meta-Analysis. *Wiley* . doi: https://doi.org/10.1111/puar.13104

Bittan, M. (2017). El modelo Pest como herramienta de planificación. Retrieved from https://n9.cl/ne6fu

Blokdyk, G. (2018). *Strategic Plan a Complete Guide - 2019 Edition.* Emereo Pty Limited.

Calderón, C. (2018). *Plan estratégico para mejorar la gestión empresarial de la empresa a&c exploración geotécnica y mecánica de suelos S.R.L. en Chiclayo – 2017.* Para optener grado de magíster en administracion , Universidad Señor de Sipan, Chiclayo. Retrieved from https://hdl.handle.net/20.500.12802/5286

Calderón, C., & Merino, M. (2018). Plan estratégico para mejorar la gestión empresarial de la empresa de exploración geotécnica y mecánica de suelos Chiclayo –2017. *Revista Horizonte empresaria, 5*(1). doi:DOI: ttps://doi.org/10.26495/rhe185.1611

Calle, M., Gurumendi, I., & Calle, M. (2020). Planeación estratégica aplicada a profesionales de la medicina y la jurisprudencia. *Universidad y Sociedad, 12*(3), 83-89. Retrieved from https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1560

Carrasco, S. (2016). *Métodologia de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación.* Lima: Editorial San Marcos.

Carrillo, I., & Pulido, J. (2021). Strategic approach for an inclusive financing of tourism by international financial organizations. *31*(80), 45 - 56. doi:10.15446/innovar.v31n80.93663

Castañeda, J. (2021). Plan estratégico para la toma de decisiones en la municipalidad provincial de Chiclayo. *Revista Pakamuros, 9*(1), 66-75. doi:https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v9i1.164

Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración.* McGraw-Hill .

Cohen, M., Casas , A., Zabert, G., Torres , C., Arancibia, F., Perez, R., . . . Lopez, M. (2021). Updated Strategic Plan of the Latin American Thoracic Association (ALAT). “The ten commandments for the 2021-2026 quinquennial”. *in Arch Bronconeumol, 57*(10), 617–620. doi:doi: 10.1016/j.arbres.2021.05.028

D´Alessio, F. (2018). *Planeamiento estratégico del sistema educativo del Perú - 2024.* Lima: Centrum Graduate Business School.

Garcia , G., Duran, S., Cardeño, E., Prieto, R., Garcia , E., & Paz, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios, 38*(52), 16. Retrieved from https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p16.pdf

Gómez, Ó. (2018). Simulación del modelo de negocio de la ETB: de la contabilidad financiera a la simulación de la estrategia corporativa. *Pontificia Universidad Javeriana*. doi:https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc19-48.smne

Guevara, M., & Pocco, G. (2019). Sistema de evaluación Reder y el plan estratégico de una institución privada confesional. *Apuntes Universitarios. Revista de Investigación, 9*(2). Retrieved from https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=467663352007

Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metología de la investigación. Las rutas cuantitativas y cualitativas.* México DF.: Mac Graw Hill Education.

Jena, K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *ScienceDirect, 107*. doi:https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275

Kaplan, R., & Norton, D. (2018). Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management. *Harvard Business Review*. doi:doi:https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/32320664/Kaplan_Norton_Balanced_Scoreca

Méndez, M., Bolaños, A., & Méndez, J. (2020). Balanced Scorecard como Herramienta de Gestión y mejora en los Emprendimientos. *INNOVA Research Journal, 5*(3). doi:https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1362

Menendez, A., Correia, M., Matos, N., & Adap, C. (2020). Understanding Online Consumer Behavior and eWOM Strategies for Sustainable Business Management in the Tourism Industry. *Sustainability, 12*.

Minaya, L. (2021). *Planeamiento estratégico para mejora de productividad y competitividad en empresas constructoras medianas en Chimbote.* Para optar grado de Maestro en Administración de Negocios - MBA, Universidad Cesar Vallejo, Lima. Retrieved from https://hdl.handle.net/20.500.12692/76202

Miñan, E., Quinde, S., Gonzales , G., Silva , P., & Torres, D. (2021). Methodology for business strategy and improvement plans for micro and small businesses as local suppliers of a mining company. *Proceedings from the International Congress on Project Management and Engineering*, 1767 - 1780. Retrieved from https://acortar.link/xXuT8L

Mogrovejo, A., Campos, J., Calle , O., & Perez, P. (2022). Plan estratégico para el área de recursos humanos a nivel empresarial. *Revista Cientifica ciencias economicas empresariales, 7*(1), 872-892. doi:https://doi.org/10.23857/fipcaec.v7i1.555

Montes, J., Comas, R., Álvarez, S., & Silva , R. (2021). The impact of the strategic plan on administrative management. Case: Transport cooperative ventanas. *Universidad y Sociedad, 13*(3), 430 - 436. Retrieved from https://acortar.link/nQCMKH

Moran, M., Villanueva, K., Rodriguez, R., & Almeida, F. (2021). Strategic marketing for the business positioning of toÑito washing machine and lubricator in the quevedo canton. *Universidad y Sociedad, 13*, 527 - 535. Retrieved from https://acortar.link/NYotLv

Nikmehr, B., Hosseini, R., Martek, I., Zavadskas, E., & Antucheviciene, J. (2021). Digitalization as a Strategic Means of Achieving Sustainable Efficiencies in

Construction Management: A Critical Review. *Sustainability, 13*(9). doi:https://doi.org/10.3390/su13095040

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2016). *Metodólogia de la investigación científica y elaboración de tesis.* Lima: Universidad Nacional San Marcos.

Pereverzeva, V. (2018). Strategic analysis in crisis management system based on the project approach. *Scopus, 34*(85), 1918 - 1928. Retrieved from https://acortar.link/vifa77

Rabindra, J. (2020, 2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Science Direct, 107*. doi:https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275

Reyes, A., Correia, M., Matos, N., & Adap, C. (2020). Understanding Online Consumer Behavior and eWOM Strategies for Sustainable Business Management in the Tourism Industry. *Sustainability, 12*. doi:http://dx.doi.org/10.3390/su12218972

Rivadeneyra, E. (2020). El plan estratégico con el enfoque del Balance Score Card y la cadena de valor. *Revista Epistemia, 4*(1). doi:DOI: https://doi.org/10.26495/re.v4i1.1307

Rogério, D., Teixeira, N., Pinheiro, B., & Martins, I. (2021). Knowledge management to strategic in pandemic: a case study in a cooperative observatory. *Scielo , 11*(1). doi:http://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/18539912e144

Sahoo, S. (2021). Big data analytics in manufacturing: a bibliometric analysis of research in the field of business management. *Journal of Manufacturing Technology Management*. doi:https://doi.org/10.1080/00207543.2021.1919333

Santoro, G., Fiano, F., Bertoldi, B., & Ciampi, F. (2018). Big data for business managementin the retail industry. *Revista Management Decision, 57*(8). doi:https://doi.org/10.1108/MD-07-2018-0829

Suárez, F., & Gonzáles, M. (2017). Analysis of the Implementation of the Balanced. *Revista de Economía & Administración Scorecard as Diagnostic Tool Adapted to Micro-sized enterprises*. doi:file:///C:/Users/HP/Downloads/33-Texto%20del%20art%C3%ADculo-48-1-10-20190804.pdf

Suárez, M. (2018). Gestión Empresarial: una paradigma del siglo XXI. *Revista Cientifica Ciencia, Tecnologia e Emprendimeinto, 3*(8), 44-64. doi:DOI: https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.57

Tapia, R., & Coelho, S. (2022). Strategic Objectives and Institutional Values Declared in the Strategic Plans of Brazilian States Public Security: A Diagnosis by Comparative Analysis. *Revista Brasileira de Ciencias Policiais, 13*(7), 181 - 224. doi:10.31412/rbcp.v13i7.883

Tirado, J. (2021). *Plan estratégico para la gestión empresarial de GINSAC IMPORT S.A.C. Chiclayo - Lambayeque.* Para optar grado de Maestro en Administración de Negocios – MBA, Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo. Retrieved from https://hdl.handle.net/20.500.12692/68187

Torres, M., Orlando, Y., & Pérez, M. (2021). Prospective strategic planning of human resources. *Scielo , 15*(1). Retrieved from https://n9.cl/qcp4v

Urquiaga, M., Bravo, E., & Deza, J. (2021). Strategic Model and its influence on the Commercial Management of Mia y Cielo Jewelry, in Trujillo. *Proceedings of the LACCEI international Multi-conference for Engineering, Education and Technology*. doi:http://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2021.1.1.128

Valderrama, S. (2016). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: Cuantitativa, Cualitativa y Mixta.* Lima: San Marcos.

Vélez, D., Aragón, R., & Rodríguez, M. (2022). Study for the quality and prospective of the Organizational Strategic planning in Higher Education. *Scielo*. doi:https://doi.org/10.17163/soph.n32.2022.04

Vila, E., Gonzales , P., & Martín, V. (2021). Social transfer from the evaluation of public policies: The shared construction of a municipal strategic plan for social services and community action from an pedagogical approach. *Revista de Ciencias Sociales, 16*(1), 191-208. doi:https://doi.org/10.14198/OBETS2021.16.1.12

Villanueva , J., Oviedo , J., Maldonado, D., & Ramírez, A. (2021). Plan Estratégico que Adoptan las Empresas Ecuatorianas en Tiempos de Pandemia. *DOI: https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.367, 6*(1), 696-710. doi:DOI: https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.367

Villanueva, K., Morán, A., & Intriago, D. (2022). Methodological structure of a strategic plan to improve sales in Mipymes of the Quevedo Canton. *Universidad y Sociedad, 14*(2), 66 - 74. Retrieved from https://acortar.link/ivvKBT

ANEXOS

Anexo 1.Operacionalización de la variable

Título de la investigación: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Plan estratégico (Variable independiente)	Carrillo & Pulido (2021) señalan que: plan de acción constante, dinámico, que toda empresa debe tener para la toma de decisiones, procesando información tanto de medios internos y externos de la empresa, para definir estrategias hacia el logro de objetivos.	Es definir el horizonte de la empresa, partiendo de un diagnóstico empresarial, estableciendo objetivos y estrategias, para ser implementadas, controladas y medidas; buscando desarrollo y proyección global.	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Nominal
				Análisis interno (MEFI)	Nominal
				Análisis externo (MEFE)	Nominal
				Matriz FODA	Nominal
				Objetivos SMART	Nominal
			Implementación y dirección	Comunicación y alineación de la estrategia	Nominal
			Evaluación y control	Cuadro de mando integral	Nominal
Gestión empresarial (Variable dependiente)	Es aquella actividad empresarial que, orienta a la mejor productividad y competitividad de una empresa o negocio, tiene como finalidad el buen funcionamiento de la administración y de sus características, a través de diferentes miembros de la organización (Reyes, et al. 2020).	Es el trabajo operativo, táctico y estratégico, que realizan los trabajadores de una empresa, de manera efectiva, aportando valor y permitiendo el logro de los objetivos organizacionales.	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Nominal
			Organización	Estructura organizacional	Nominal
				Procesos y procedimientos	Nominal
				Descripción de puestos	Nominal
				Escala remunerativa	Nominal
			Dirección	Clima organizacional	Nominal
				Condiciones laborales	Nominal
				Liderazgo	Nominal
			Control	Indicadores de Gestión	Razón

Anexo 2. Matriz de consistencia

Título de la investigación: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

<table>
<tr><th>Formulación del Problema</th><th>Objetivos</th><th>Hipótesis</th><th>Técnicas e instrumentos</th></tr>
<tr>
<td>Problema General:
¿De qué forma el plan estratégico contribuye al fortalecimiento de la gestión empresarial en Corporación Bim SAC - Chiclayo, 2022?
Problemas específicos:
· ¿Cuál es la situación actual de los procesos, áreas e implementación de un plan estratégico, que influyen en la gestión empresarial?
· ¿Cuáles son los factores que influyen en la situación actual de los procesos, áreas e implementación de un plan estratégico?
· ¿De qué forma el diseño del plan estratégico contribuye al fortalecimiento de la gestión empresarial en Corporación Bim SAC?
· ¿Qué criterios de debe establecer para validar el plan estratégico para la gestión empresarial?</td>
<td>El objetivo general:
Diseñar un plan estratégico que contribuya al fortalecimiento de la gestión empresarial en Corporación Bim SAC - Chiclayo, 2022.

Objetivos específicos:
· Diagnosticar procesos, áreas e implementación del plan estratégico para el fortalecimiento de la gestión empresarial.
· Analizar la situación actual de procesos, áreas e implementación, que inciden en la gestión empresarial.
· Diseñar el plan estratégico para contribuir al fortalecimiento de la gestión empresarial
· Validar el plan estratégico para contribuir al fortalecimiento de la gestión empresarial en Corporación Bim SAC - Chiclayo, 2022, por juicio de expertos.</td>
<td>Hipótesis general:
El plan estratégico contribuye con el fortalecimiento de forma óptima en la gestión empresarial de Corporación Bim SAC – Chiclayo, 2022.

Hipótesis específicas:
· El diagnóstico de los procesos, áreas e implementación del plan estratégico, permitirá conocer la actual gestión empresarial.
· El análisis de los procesos, áreas e implementación del plan estratégico, incide en la gestión empresarial.
· El diseño de un plan estratégico contribuirá al fortalecimiento de la gestión empresarial.
· La validación del plan estratégico, por juicio de expertos, permitirá implementarlo y fortalecer la gestión empresarial en Corporación Bim SAC - Chiclayo, 2022.</td>
<td rowspan="2">Técnica
Encuesta
Entrevista
Análisis documental

Instrumentos
Cuestionario
Guía de entrevista
Ficha de recolección de datos</td>
</tr>
<tr><th>Tipo y Diseño de Investigación</th><th>Población y muestra</th><th>Variables y dimensiones</th></tr>
<tr>
<td>Tipo de investigación: Básica
Enfoque metodológico: Cuantitativo
Diseño: No experimental, descriptivo, propositivo.
Esquema:
R ➡ DX ➡ P
Donde:
R: Realidad
Dx: Diagnóstico
P: Propuesta</td>
<td>Unidad de análisis
Los clientes y trabajadores de la Corporación Bim S.A.C.

Población
Un total de 35 colaboradores.

Muestra
La muestra está conformada por el total de la población, es decir los 35 colaborades de Corporación Bim S.A.C.</td>
<td>
<table>
<tr><th>Variables</th><th>Dimensiones</th></tr>
<tr><td>VI: Plan estratégico</td><td>· Formulación y planeamiento
· Implementación y dirección
· Evaluación y control</td></tr>
<tr><td>VD: Gestión empresarial</td><td>· Planeación
· Organización
· Dirección
· Control</td></tr>
</table>
</td>
</tr>
</table>

ANEXO 3.

Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Corporación Bim SAC - Chiclayo

El presente cuestionario tiene por finalidad conocer el estado actual del planeamiento estratégico dentro de la empresa, cuyos resultados permitirán establecer una estrategia que permita mejorar la gestión empresarial en la empresa, analizando cada área. Este cuestionario es estrictamente confidencial. Marca con "x" una valoración para cada ítem, según la escala.

Escala y Valoración: V.I. Plan estratégico

Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	ÍTEM	Valoración				
	Formulación y Planeamiento	1	2	3	4	5
1	Qué tanto conoce Usted la misión de la empresa					
2	Qué tanto conoce Usted la visión de la empresa					
3	Qué tanto conoce Usted los valores de la empresa					
4	Qué tan importante crees que sea para la empresa conocer sus fortalezas y debilidades					
5	Qué tanto influyen en la empresa los factores: políticos, económicos, sociales, ecológicos y legales					
6	Qué tanto conoce Usted los objetivos de la empresa					
	Implementación y dirección					
7	Qué tan importante considera a la implementación de un plan de trabajo que permita mejorar la gestión					
8	Qué tan importante considera que es conocer los objetivos de su área y de la empresa					
9	Qué tan acertadas considera que son las decisiones que se toman en la empresa					
10	Qué tan claro crees que se tienen los canales de comunicación dentro de la empresa					
11	Qué tan efectivo consideras que es el proceso de comunicación					
	Evaluación y Control					
12	Qué tanto ha crecido la empresa en los últimos años					
13	Qué tan satisfechos crees que se sienten los clientes					
14	Qué tanto se busca mejorar los resultados del trabajo					

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

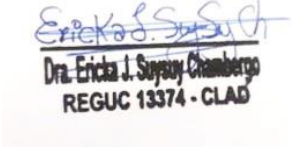
TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Qué tanto conoce Usted la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted los valores de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Qué tan importante crees que sea para la empresa conocer sus fortalezas y debilidades	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Qué tanto influyen en la empresa los factores: político, económico, social, ecológico y legal	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Qué tanto conoce Usted los objetivos de la empresa	x		x		x		x		
	mplementación y direcci	Comunicación y alineación de la estrategia	Qué tan importante considera a la implementación de un plan de trabajo que permita mejorar la gestión	x		x		x		x		
			Qué tan importante considera que es conocer los objetivos de su área y de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan acertadas considera que son las decisiones que se toman en la empresa	x		x		x		x		

			Qué tan claro crees que se tienen los canales de comunicación dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan efectivo consideras que es el proceso de comunicación	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	Qué tanto ha crecido la empresa en los últimos años	x		x		x		x		
			Qué tan satisfechos crees que se sienten los clientes	x		x		x		x		
			Qué tanto se busca mejorar los resultados del trabajo	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Dra. Ericka Julissa Suysuy Chambergo*

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Cuestionario sobre Plan estratégico para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 26 de junio de 2022

Dra. Ericka J. Suysuy Chambergo
REGUC 13374 - CLAD

_____

Firma/DNI 45361468

EXPERTO: Dra. Ericka Julissa Suysuy Chambergo

PERÚ	Ministerio de Educación	Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria	Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	**SUYSUY CHAMBERGO**
Nombres	**ERICKA JULISSA**
Tipo de Documento de Identidad	**DNI**
Numero de Documento de Identidad	**45361468**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO S.A.C.**
Rector	**TANTALEÁN RODRÍGUEZ JEANNETTE CECILIA**
Secretario General	**LOMPARTE ROSALES ROSA JULIANA**
Director	**PACHECO ZEBALLOS JUAN MANUEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	**DOCTOR**
Denominación	**DOCTORA EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**
Fecha de Expedición	**14/03/22**
Resolución/Acta	**0119-2022-UCV**
Diploma	**052-151109**
Fecha Matrícula	**04/01/2019**
Fecha Egreso	**30/01/2022**

CÓDIGO VIRTUAL 0000854528

Fecha de emisión de la constancia:
08 de Agosto de 2022

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu

SUNEDU
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA

Firmado digitalmente por: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
Motivo: Servidor de Agente automatizado.
Fecha: 08/08/2022 21:32:19-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.
Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.
(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Qué tanto conoce Usted la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted los valores de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Qué tan importante crees que sea para la empresa conocer sus fortalezas y debilidades	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Qué tanto influyen en la empresa los factores: político, económico, social, ecológico y legal	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Qué tanto conoce Usted los objetivos de la empresa	x		x		x		x		
	mplementación y direcci	Comunicación y alineación de la estrategia	Qué tan importante considera a la implementación de un plan de trabajo que permita mejorar la gestión	x		x		x		x		
			Qué tan importante considera que es conocer los objetivos de su área y de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan acertadas considera que son las decisiones que se toman en la empresa	x		x		x		x		

			Qué tan claro crees que se tienen los canales de comunicación dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan efectivo consideras que es el proceso de comunicación	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	Qué tanto ha crecido la empresa en los últimos años	x		x		x		x		
			Qué tan satisfechos crees que se sienten los clientes	x		x		x		x		
			Qué tanto se busca mejorar los resultados del trabajo	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Mg. Valicha Cuadra Morales*

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

Cuestionario sobre Plan estratégico para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. TESISTA:

Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. DECISIÓN:

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 26 de junio de 2022

_____

Firma/DNI 42125258

EXPERTO: Mg. Valicha Cuadra Morales

PERÚ | Ministerio de Educación | Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria | Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	**CUADRA MORALES**
Nombres	**VALICHA**
Tipo de Documento de Identidad	**DNI**
Numero de Documento de Identidad	**42125258**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	**UNIVERSIDAD PRIVADA CÉSAR VALLEJO**
Rector	**LLEMPEN CORONEL HUMBERTO CONCEPCION**
Secretario General	**SANTISTEBAN CHAVEZ VICTOR RAFAEL**
Director	**MORENO RODRIGUEZ ROSA YSABEL**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	**MAESTRO**
Denominación	**MAGISTER EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS**
Fecha de Expedición	**22/11/16**
Resolución/Acta	**0061-2016-UCV**
Diploma	**UCV42754**
Fecha Matrícula	**10/10/2014**
Fecha Egreso	**31/12/2015**

CÓDIGO VIRTUAL 0000854523

Fecha de emisión de la constancia:
08 de Agosto de 2022

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu

SUNEDU
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA

Firmado digitalmente por: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
Motivo: Servidor de Agente automatizado.
Fecha: 08/08/2022 21:29:08-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.
Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.
(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Qué tanto conoce Usted la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted los valores de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Qué tan importante crees que sea para la empresa conocer sus fortalezas y debilidades	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Qué tanto influyen en la empresa los factores: político, económico, social, ecológico y legal	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Qué tanto conoce Usted los objetivos de la empresa	x		x		x		x		
	mplementación y direcci	Comunicación y alineación de la estrategia	Qué tan importante considera a la implementación de un plan de trabajo que permita mejorar la gestión	x		x		x		x		
			Qué tan importante considera que es conocer los objetivos de su área y de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan acertadas considera que son las decisiones que se toman en la empresa	x		x		x		x		

			Qué tan claro crees que se tienen los canales de comunicación dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan efectivo consideras que es el proceso de comunicación	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	Qué tanto ha crecido la empresa en los últimos años	x		x		x		x		
			Qué tan satisfechos crees que se sienten los clientes	x		x		x		x		
			Qué tanto se busca mejorar los resultados del trabajo	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Mg. Sonia Magali Núñez Puse*

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Cuestionario sobre Plan estratégico para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022

Firma/DNI 16788327

EXPERTO: Mg. Sonia Magali Núñez Puse

PERÚ	Ministerio de Educación	Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria	Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	**NUÑEZ PUSE**
Nombres	**SONIA MAGALI**
Tipo de Documento de Identidad	**DNI**
Numero de Documento de Identidad	**16788327**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE CHICLAYO**
Rector	**ALBERTO FELIPE ORTIZ PRIETO**
Secretario General (E)	**ABG. CECILIA REATEGUI HEREDIA**
Director (E)	**DRA. MARIA SOFIA TAMAYO PALACIOS**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	**MAESTRO**
Denominación	**MAESTRO CON MENCION EN DOCENCIA UNIVERSITARIA Y GERENCIA EDUCATIVA**
Fecha de Expedición	**02/04/18**
Resolución/Acta	**059-2018-CU-UDCH**
Diploma	**PG 000084**
Fecha Matrícula	**17/01/2009**
Fecha Egreso	**12/09/2010**

Fecha de emisión de la constancia:
08 de Agosto de 2022

SUNEDU

Firmado digitalmente por: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
Motivo: Servidor de Agente Automatizado
Fecha: 08/08/2022 21:35:42-0500

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu

CÓDIGO VIRTUAL 0000054533

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde Internet.

Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.

(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

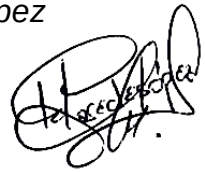
TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Qué tanto conoce Usted la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted los valores de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Qué tan importante crees que sea para la empresa conocer sus fortalezas y debilidades	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Qué tanto influyen en la empresa los factores: político, económico, social, ecológico y legal	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Qué tanto conoce Usted los objetivos de la empresa	x		x		x		x		
	mplementación y direcci	Comunicación y alineación de la estrategia	Qué tan importante considera a la implementación de un plan de trabajo que permita mejorar la gestión	x		x		x		x		
			Qué tan importante considera que es conocer los objetivos de su área y de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan acertadas considera que son las decisiones que se toman en la empresa	x		x		x		x		

			Qué tan claro crees que se tienen los canales de comunicación dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan efectivo consideras que es el proceso de comunicación	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	Qué tanto ha crecido la empresa en los últimos años	x		x		x		x		
			Qué tan satisfechos crees que se sienten los clientes	x		x		x		x		
			Qué tanto se busca mejorar los resultados del trabajo	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Dra. Lilian Roxana Paredes López*

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Cuestionario sobre Plan estratégico para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022

Firma/DNI 16655482

EXPERTO: Dra. Lilian Roxana Paredes López

PERÚ | Ministerio de Educación | Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria | Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	**PAREDES LOPEZ**
Nombres	**LILIAN ROXANA**
Tipo de Documento de Identidad	**DNI**
Numero de Documento de Identidad	**16655482**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO**
Rector	**JORGE AURELIO OLIVA NUÑEZ**
Secretaria General	**HAYDEE YSABEL DEL PILAR CHIRINOS CUADROS**
Director	**SAUL ALBERTO ESPINOZA ZAPATA**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	**DOCTOR**
Denominación	**DOCTORA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION**
Fecha de Expedición	**03/07/18**
Resolución/Acta	**123-2018-CU**
Diploma	**UNPRG-EPG-2018-390**
Fecha Matrícula	**17/01/2009**
Fecha Egreso	**27/03/2011**

Fecha de emisión de la constancia:
08 de Agosto de 2022

SUNEDU
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA

Firmado digitalmente por: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
Motivo: Servidor de Agente automatizado.
Fecha: 08/08/2022 21:34:09-0500

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu

CÓDIGO VIRTUAL 0000854531

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.
Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.
(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Qué tanto conoce Usted la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted los valores de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Qué tan importante crees que sea para la empresa conocer sus fortalezas y debilidades	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Qué tanto influyen en la empresa los factores: político, económico, social, ecológico y legal	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Qué tanto conoce Usted los objetivos de la empresa	x		x		x		x		
	Implementación y dirección	Comunicación y alineación de la estrategia	Qué tan importante considera a la implementación de un plan de trabajo que permita mejorar la gestión	x		x		x		x		
			Qué tan importante considera que es conocer los objetivos de su área y de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan acertadas considera que son las decisiones que se toman en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan claro crees que se tienen los canales de comunicación dentro de la empresa	x		x		x		x		

			Qué tan efectivo consideras que es el proceso de comunicación	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	Qué tanto ha crecido la empresa en los últimos años	x		x		x		x		
			Qué tan satisfechos crees que se sienten los clientes	x		x		x		x		
			Qué tanto se busca mejorar los resultados del trabajo	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Dr. Luis Alberto Curo Maquén*

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Cuestionario sobre Plan estratégico para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

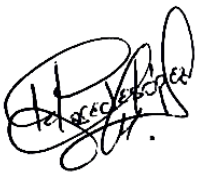
3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022



Firma/DNI 17594217

EXPERTO: Dr. Luis Alberto Curo Maquén

PERÚ | Ministerio de Educación | Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria | Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO NACIONAL DE GRADOS Y TÍTULOS

La Dirección de Documentación e Información Universitaria y Registro de Grados y Títulos, a través de la Jefa de la Unidad de Registro de Grados y Títulos, deja constancia que la información contenida en este documento se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Grados y Títulos administrada por la Sunedu.

INFORMACIÓN DEL CIUDADANO

Apellidos	**CURO MAQUEN**
Nombres	**LUIS ALBERTO**
Tipo de Documento de Identidad	**DNI**
Numero de Documento de Identidad	**17594217**

INFORMACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Nombre	**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUÍZ GALLO**
Rector	**JORGE AURELIO OLIVA NUÑEZ**
Secretaria General	**HAYDEE YSABEL DEL PILAR CHIRINOS CUADROS**
Director	**SAUL ALBERTO ESPINOZA ZAPATA**

INFORMACIÓN DEL DIPLOMA

Grado Académico	**DOCTOR**
Denominación	**DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACION**
Fecha de Expedición	**03/07/18**
Resolución/Acta	**123-2018-CU**
Diploma	**UNPRG-EPG-2018-389**
Fecha Matrícula	**17/01/2009**
Fecha Egreso	**27/03/2011**

Fecha de emisión de la constancia:
08 de Agosto de 2022

CÓDIGO VIRTUAL 0000854538

JESSICA MARTHA ROJAS BARRUETA
JEFA
Unidad de Registro de Grados y Títulos
Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu

SUNEDU
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR UNIVERSITARIA

Firmado digitalmente por: Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
Motivo: Servidor de Agente automatizado.
Fecha: 08/08/2022 21:37:44-0500

Esta constancia puede ser verificada en el sitio web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - Sunedu (www.sunedu.gob.pe), utilizando lectora de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. El celular debe poseer un software gratuito descargado desde internet.
Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.
(*) El presente documento deja constancia únicamente del registro del Grado o Título que se señala.

ANEXO 4.

Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Corporación Bim SAC -Chiclayo.

El presente cuestionario tiene por finalidad conocer el estado actual de la gestión en la empresa Corporación BIM S.A.C. Este cuestionario es estrictamente confidencial. Marca con "x" una valoración para cada ítem, según la escala.

Escala y Valoración: V.D. Gestión empresarial

Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	ÍTEM	Valoración				
	Planeación	1	2	3	4	5
1	Qué tanto conoce Usted de la estrategia de la empresa					
2	Qué tanto conoce Usted de la existencia de programas en la empresa					
3	Qué tanto conoce Usted de la existencia de presupuestos en la empresa					
4	Qué tanto conoce Usted de los planes de trabajo en su área					
5	Qué tan adecuada considera que es la cantidad de recursos asignados para la ejecución de sus funciones					
	Organización					
6	Qué tanto conoce Usted del organigrama de la empresa					
7	Qué tanto conoce Usted la línea de autoridad en la empresa					
8	Qué tan adecuados considera que son los procesos y procedimientos implementados en la empresa					
9	Qué tan adecuadas considera que son las políticas implementadas en la empresa					
10	Qué tan adecuados considera que son las políticas, procesos y procedimientos					
11	Qué tanta información relacionada a sus funciones conoce					
12	Qué tanta claridad tiene acerca de sus funciones y responsabilidades					
13	Qué tan acorde está su remuneración, con sus funciones, responsabilidades, capacidades y frente al mercado					
	Dirección					
14	Qué tan importante considera la inducción, previa a ocupar el cargo a desempeñar					
15	Qué tanto se mide su desempeño laboral					
16	Qué tantas capacitaciones se le brindan para mejorar su desempeño					
17	Qué tanto son tomadas en cuenta sus sugerencias					

18	Qué tanto considera que su trabajo es valorado					
19	Qué tantas oportunidades de crecimiento profesional hay en la empresa					
20	Qué tanto se trabaja en equipo dentro de la empresa					
21	Qué tanta igualdad considera que hay dentro de la empresa					
22	Qué tantos incentivos existen para el personal					
23	Qué tanta retroalimentación recibe de su jefe inmediato					
24	Qué tan adecuadas y seguras son las condiciones físicas en su puesto de trabajo.					
25	Qué tanto liderazgo ejerce su jefe inmediato					
	Control					
26	Qué tanto conoce sobre los indicadores degestión empresarial					
27	Qué tan adecuadas son las herramientas de control aplicadasen la empresa					
28	Qué tantas auditorías internas y/o externas existen en la empresa					

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

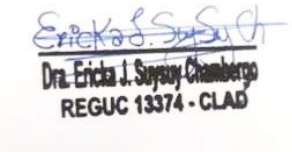
TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C – Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Qué tanto conoce Usted de la estrategia de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de programas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de presupuestos en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de los planes de trabajo en su área	x		x		x		x		
			Qué tan adecuada considera que es la cantidad de recursos asignados para la ejecución de sus funciones	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Qué tanto conoce Usted del organigrama de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la línea de autoridad en la empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Qué tan adecuados considera que son los procesos y procedimientos implementados en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas considera que son las políticas implementadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuados considera que son las políticas, procesos y procedimientos	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Qué tanta información relacionada a sus funciones conoce	x		x		x		x		
			Qué tanta claridad tiene acerca de sus funciones y responsabilidades	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Qué tan acorde está su remuneración, con sus funciones, responsabilidades, capacidades y frente al mercado	x		x		x		x		

	Dirección	Clima organizacional	Qué tan importante considera la inducción, previa a ocupar el cargo a desempeñar	x		x		x		x		
			Qué tanto se mide su desempeño laboral	x		x		x		x		
			Qué tantas capacitaciones se le brindan para mejorar su desempeño	x		x		x		x		
			Qué tanto son tomadas en cuenta sus sugerencias	x		x		x		x		
			Qué tanto considera que su trabajo es valorado	x		x		x		x		
			Qué tantas oportunidades de crecimiento profesional hay en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto se trabaja en equipo dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanta igualdad considera que hay dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantos incentivos existen para el personal	x		x		x		x		
			Qué tanta retroalimentación recibe de su jefe inmediato	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Qué tan adecuadas y seguras son las condiciones físicas en su puesto de trabajo	x		x		x		x		
		Liderazgo	Qué tanto liderazgo ejerce su jefe inmediato	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué tanto conoce sobre los indicadores de gestión empresarial	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas son las herramientas de control aplicadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantas auditorías internas y/o externas existen en la empresa	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: Dra. Ericka Julissa Suysuy Chambergo

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

   Cuestionario sobre la Gestión empresarial, para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**

   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**

   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 26 de junio de 2022

Dra. Ericka J. Suysuy Chambergo
REGUC 13374 - CLAD

_____

Firma/DNI 45361468

EXPERTO: Dra. Ericka Julissa Suysuy Chambergo

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Qué tanto conoce Usted de la estrategia de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de programas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de presupuestos en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de los planes de trabajo en su área	x		x		x		x		
			Qué tan adecuada considera que es la cantidad de recursos asignados para la ejecución de sus funciones	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Qué tanto conoce Usted del organigrama de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la línea de autoridad en la empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Qué tan adecuados considera que son los procesos y procedimientos implementados en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas considera que son las políticas implementadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuados considera que son las políticas, procesos y procedimientos	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Qué tanta información relacionada a sus funciones conoce	x		x		x		x		
			Qué tanta claridad tiene acerca de sus funciones y responsabilidades	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Qué tan acorde está su remuneración, con sus funciones, responsabilidades, capacidades y frente al mercado	x		x		x		x		

	Dirección	Clima organizacional	Qué tan importante considera la inducción, previa a ocupar el cargo a desempeñar	x		x		x		x		
			Qué tanto se mide su desempeño laboral	x		x		x		x		
			Qué tantas capacitaciones se le brindan para mejorar su desempeño	x		x		x		x		
			Qué tanto son tomadas en cuenta sus sugerencias	x		x		x		x		
			Qué tanto considera que su trabajo es valorado	x		x		x		x		
			Qué tantas oportunidades de crecimiento profesional hay en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto se trabaja en equipo dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanta igualdad considera que hay dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantos incentivos existen para el personal	x		x		x		x		
			Qué tanta retroalimentación recibe de su jefe inmediato	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Qué tan adecuadas y seguras son las condiciones físicas en su puesto de trabajo	x		x		x		x		
		Liderazgo	Qué tanto liderazgo ejerce su jefe inmediato	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué tanto conoce sobre los indicadores de gestión empresarial	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas son las herramientas de control aplicadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantas auditorías internas y/o externas existen en la empresa	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: Mg. Valicha Cuadra Morales

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

   Cuestionario sobre la Gestión empresarial, para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**

   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**

   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 26 de junio de 2022

_____

Firma/DNI 42125258

EXPERTO: Mg. Valicha Cuadra Morales

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

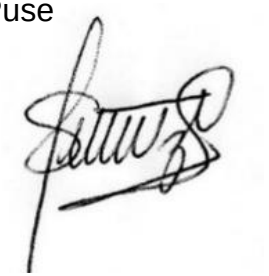
TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Qué tanto conoce Usted de la estrategia de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de programas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de presupuestos en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de los planes de trabajo en su área	x		x		x		x		
			Qué tan adecuada considera que es la cantidad de recursos asignados para la ejecución de sus funciones	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Qué tanto conoce Usted del organigrama de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la línea de autoridad en la empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Qué tan adecuados considera que son los procesos y procedimientos implementados en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas considera que son las políticas implementadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuados considera que son las políticas, procesos y procedimientos	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Qué tanta información relacionada a sus funciones conoce	x		x		x		x		
			Qué tanta claridad tiene acerca de sus funciones y responsabilidades	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Qué tan acorde está su remuneración, con sus funciones, responsabilidades, capacidades y frente al mercado	x		x		x		x		

	Dirección	Clima organizacional	Qué tan importante considera la inducción, previa a ocupar el cargo a desempeñar	x		x		x		x		
			Qué tanto se mide su desempeño laboral	x		x		x		x		
			Qué tantas capacitaciones se le brindan para mejorar su desempeño	x		x		x		x		
			Qué tanto son tomadas en cuenta sus sugerencias	x		x		x		x		
			Qué tanto considera que su trabajo es valorado	x		x		x		x		
			Qué tantas oportunidades de crecimiento profesional hay en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto se trabaja en equipo dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanta igualdad considera que hay dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantos incentivos existen para el personal	x		x		x		x		
			Qué tanta retroalimentación recibe de su jefe inmediato	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Qué tan adecuadas y seguras son las condiciones físicas en su puesto de trabajo	x		x		x		x		
		Liderazgo	Qué tanto liderazgo ejerce su jefe inmediato	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué tanto conoce sobre los indicadores de gestión empresarial	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas son las herramientas de control aplicadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantas auditorías internas y/o externas existen en la empresa	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: Mg. Sonia Magali Núñez Puse

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

   Cuestionario sobre la Gestión empresarial, para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**

   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**

   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022

DNI16788327

EXPERTO: Mg. Sonia Magali Núñez Puse

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

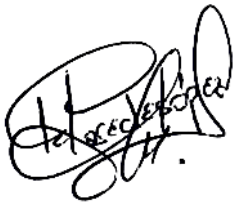
TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Qué tanto conoce Usted de la estrategia de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de programas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de presupuestos en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de los planes de trabajo en su área	x		x		x		x		
			Qué tan adecuada considera que es la cantidad de recursos asignados para la ejecución de sus funciones	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Qué tanto conoce Usted del organigrama de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la línea de autoridad en la empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Qué tan adecuados considera que son los procesos y procedimientos implementados en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas considera que son las políticas implementadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuados considera que son las políticas, procesos y procedimientos	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Qué tanta información relacionada a sus funciones conoce	x		x		x		x		
			Qué tanta claridad tiene acerca de sus funciones y responsabilidades	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Qué tan acorde está su remuneración, con sus funciones, responsabilidades, capacidades y frente al mercado	x		x		x		x		

	Dirección	Clima organizacional	Qué tan importante considera la inducción, previa a ocupar el cargo a desempeñar	x		x		x		x		
			Qué tanto se mide su desempeño laboral	x		x		x		x		
			Qué tantas capacitaciones se le brindan para mejorar su desempeño	x		x		x		x		
			Qué tanto son tomadas en cuenta sus sugerencias	x		x		x		x		
			Qué tanto considera que su trabajo es valorado	x		x		x		x		
			Qué tantas oportunidades de crecimiento profesional hay en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto se trabaja en equipo dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanta igualdad considera que hay dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantos incentivos existen para el personal	x		x		x		x		
			Qué tanta retroalimentación recibe de su jefe inmediato	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Qué tan adecuadas y seguras son las condiciones físicas en su puesto de trabajo	x		x		x		x		
		Liderazgo	Qué tanto liderazgo ejerce su jefe inmediato	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué tanto conoce sobre los indicadores de gestión empresarial	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas son las herramientas de control aplicadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantas auditorías internas y/o externas existen en la empresa	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: Dra. Lilian Roxana Paredes López

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

   Cuestionario sobre la Gestión empresarial, para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**

   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**

   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirárecoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [*X*] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022

DNI: 16655482

EXPERTO: Dra. Lilian Roxana Paredes López

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

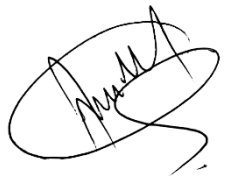
TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Qué tanto conoce Usted de la estrategia de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de programas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de la existencia de presupuestos en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted de los planes de trabajo en su área	x		x		x		x		
			Qué tan adecuada considera que es la cantidad de recursos asignados para la ejecución de sus funciones	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Qué tanto conoce Usted del organigrama de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto conoce Usted la línea de autoridad en la empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Qué tan adecuados considera que son los procesos y procedimientos implementados en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas considera que son las políticas implementadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tan adecuados considera que son las políticas, procesos y procedimientos	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Qué tanta información relacionada a sus funciones conoce	x		x		x		x		
			Qué tanta claridad tiene acerca de sus funciones y responsabilidades	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Qué tan acorde está su remuneración, con sus funciones, responsabilidades, capacidades y frente al mercado	x		x		x		x		

	Dirección	Clima organizacional	Qué tan importante considera la inducción, previa a ocupar el cargo a desempeñar	x		x		x		x		
			Qué tanto se mide su desempeño laboral	x		x		x		x		
			Qué tantas capacitaciones se le brindan para mejorar su desempeño	x		x		x		x		
			Qué tanto son tomadas en cuenta sus sugerencias	x		x		x		x		
			Qué tanto considera que su trabajo es valorado	x		x		x		x		
			Qué tantas oportunidades de crecimiento profesional hay en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanto se trabaja en equipo dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tanta igualdad considera que hay dentro de la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantos incentivos existen para el personal	x		x		x		x		
			Qué tanta retroalimentación recibe de su jefe inmediato	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Qué tan adecuadas y seguras son las condiciones físicas en su puesto de trabajo	x		x		x		x		
		Liderazgo	Qué tanto liderazgo ejerce su jefe inmediato	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué tanto conoce sobre los indicadores de gestión empresarial	x		x		x		x		
			Qué tan adecuadas son las herramientas de control aplicadas en la empresa	x		x		x		x		
			Qué tantas auditorías internas y/o externas existen en la empresa	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: Dr. Luis Alberto Curo Maquén

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

   Cuestionario sobre la Gestión empresarial, para los trabajadores de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**

   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**

   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirárecoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [X] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022

DNI: 17594217

EXPERTO: Dr. Luis Alberto Curo Maquén

Anexo 5.

Guía de entrevista para los gerentes y jefes de área

Esta guía de entrevista pretende determinar la situación del plan estratégico en la empresa CORPORACIÓN BIM S.A.C., por lo que lo invitamos a participar de esta evaluación respondiendo de manera objetiva y sincera.

V.D. Plan estratégico

1. Cuál es la misión de la empresa
2. Cuál es la visión de la empresa
3. Qué valores considera deben compartirse en la empresa
4. Cuáles considera son las debilidades y fortalezas de la empresa
5. Cuáles considera son las oportunidades y amenazas para la empresa
6. A quiénes considera sus principales competidores
7. Cuáles son los objetivos empresariales
8. Cómo da a conocer los objetivos empresariales
9. Qué opinión le merece la implementación de un plan estratégico
10. Cuenta con la información necesaria para la toma de decisiones
11. Qué tan efectivos considera que son los canales de comunicación
12. Por qué considera que la empresa puede ser sostenible en el tiempo
13. Cuál es su apreciación respecto a la satisfacción de los clientes
14. Se siente Usted satisfecho con el desempeño del personal, por qué

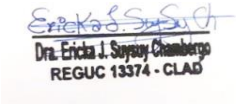
FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Cuál es la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Cuál es la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué valores considera deben compartirse en la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Cuáles considera son las debilidades y fortalezas de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Cuáles considera son las oportunidades y amenazas para la empresa	x		x		x		x		
			A quiénes considera sus principales competidores	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Cuáles son sus objetivos empresariales	x		x		x		x		
	Implementación y dirección	Comunicación y alineación de la estrategia	Cómo da a conocer los objetivos empresariales	x		x		x		x		
			Qué opinión le merece la implementación de un plan estratégico	x		x		x		x		
			Cuenta con la información necesaria para la toma de decisiones	x		x		x		x		
			Qué canales de comunicación se utilizan y para qué casos	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	¿Por qué considera que su empresa puede ser sostenible en el tiempo	x		x		x		x		
			Cuál es su apreciación respecto a la satisfacción de los clientes	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el desempeño del personal, por qué	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: Dra. Ericka Julissa Suysuy Chambergo

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Guía de entrevista sobre Plan estratégico para los gerentes y jefes de área de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 26 de junio de 2022

Dra. Ericka J. Suysuy Chambergo
REGUC 13374 - CLAD

_____

Firma/DNI 45361468
EXPERTO: Dra. Ericka Julissa Suysuy Chambergo

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C – Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Cuál es la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Cuál es la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué valores considera deben compartirse en la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Cuáles considera son las debilidades y fortalezas de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Cuáles considera son las oportunidades y amenazas para la empresa	x		x		x		x		
			A quiénes considera sus principales competidores	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Cuáles son sus objetivos empresariales	x		x		x		x		
	Implementación y dirección	Comunicación y alineación de la estrategia	Cómo da a conocer los objetivos empresariales	x		x		x		x		
			Qué opinión le merece la implementación de un plan estratégico	x		x		x		x		
			Cuenta con la información necesaria para la toma de decisiones	x		x		x		x		
			Qué canales de comunicación se utilizan y para qué casos	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	¿Por qué considera que su empresa puede ser sostenible en el tiempo	x		x		x		x		
			Cuál es su apreciación respecto a la satisfacción de los clientes	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el desempeño del personal, por qué	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Mg. Valicha Cuadra Morales*

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Guía de entrevista sobre Plan estratégico para los gerentes y jefes de área de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 26 de junio de 2022

_____

Firma/DNI 42125258
EXPERTO: Mg. Valicha Cuadra Morales

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Cuál es la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Cuál es la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué valores considera deben compartirse en la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Cuáles considera son las debilidades y fortalezas de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Cuáles considera son las oportunidades y amenazas para la empresa	x		x		x		x		
			A quiénes considera sus principales competidores	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Cuáles son sus objetivos empresariales	x		x		x		x		
	Implementación y dirección	Comunicación y alineación de la estrategia	Cómo da a conocer los objetivos empresariales	x		x		x		x		
			Qué opinión le merece la implementación de un plan estratégico	x		x		x		x		
			Cuenta con la información necesaria para la toma de decisiones	x		x		x		x		
			Qué canales de comunicación se utilizan y para qué casos	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	¿Por qué considera que su empresa puede ser sostenible en el tiempo	x		x		x		x		
			Cuál es su apreciación respecto a la satisfacción de los clientes	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el desempeño del personal, por qué	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Mg. Sonia Magali Núñez Puse*

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

Guía de entrevista sobre Plan estratégico para los gerentes y jefes de área de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**

Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022

DNI 16788327

EXPERTO: Mg. Sonia Magali Núñez Puse

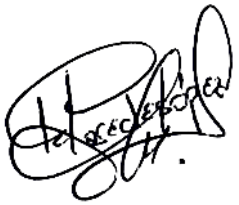
FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C – Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Cuál es la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Cuál es la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué valores considera deben compartirse en la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Cuáles considera son las debilidades y fortalezas de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Cuáles considera son las oportunidades y amenazas para la empresa	x		x		x		x		
			A quiénes considera sus principales competidores	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Cuáles son sus objetivos empresariales	x		x		x		x		
	Implementación y dirección	Comunicación y alineación de la estrategia	Cómo da a conocer los objetivos empresariales	x		x		x		x		
			Qué opinión le merece la implementación de un plan estratégico	x		x		x		x		
			Cuenta con la información necesaria para la toma de decisiones	x		x		x		x		
			Qué canales de comunicación se utilizan y para qué casos	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	¿Por qué considera que su empresa puede ser sostenible en el tiempo	x		x		x		x		
			Cuál es su apreciación respecto a la satisfacción de los clientes	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el desempeño del personal, por qué	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Dra. Lilian Roxana Paredes López*

Firma del experto:



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**

Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**

Guía de entrevista sobre Plan estratégico para los gerentes y jefes de área de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**

Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

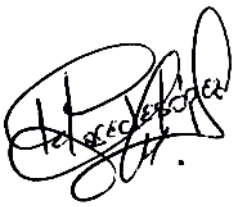
4. **DECISIÓN:**

Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022



DNI 16655482

Dra. Lilian Roxana Paredes López

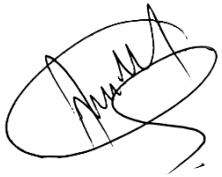
FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C – Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
PLAN ESTRATÉGICO	Formulación y planeamiento	Misión, Visión y Valores	Cuál es la misión de la empresa	x		x		x		x		
			Cuál es la visión de la empresa	x		x		x		x		
			Qué valores considera deben compartirse en la empresa	x		x		x		x		
		Análisis interno (MEFI)	Cuáles considera son las debilidades y fortalezas de la empresa	x		x		x		x		
		Análisis externo (MEFE)	Cuáles considera son las oportunidades y amenazas para la empresa	x		x		x		x		
			A quiénes considera sus principales competidores	x		x		x		x		
		Objetivos SMART	Cuáles son sus objetivos empresariales	x		x		x		x		
	Implementación y dirección	Comunicación y alineación de la estrategia	Cómo da a conocer los objetivos empresariales	x		x		x		x		
			Qué opinión le merece la implementación de un plan estratégico	x		x		x		x		
			Cuenta con la información necesaria para la toma de decisiones	x		x		x		x		
			Qué canales de comunicación se utilizan y para qué casos	x		x		x		x		
	Evaluación y control	Cuadro de mando integral	¿Por qué considera que su empresa puede ser sostenible en el tiempo	x		x		x		x		
			Cuál es su apreciación respecto a la satisfacción de los clientes	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el desempeño del personal, por qué	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Dr. Luis Alberto Curo Maquén*

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Guía de entrevista sobre Plan estratégico para los gerentes y jefes de área de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022

DNI 17594217
EXPERTO: Dr. Luis Alberto Curo Maquén

Anexo 6.

Guía de entrevista para los gerentes y jefes de área

Esta guía de entrevista pretende determinar la situación de la gestión en la empresa CORPORACIÓN BIM S.A.C., por lo que lo invitamos a participar de esta evaluación respondiendo de manera objetiva y sincera.

V.I. Gestión empresarial

1. Cuál es la estrategia empresarial
2. Por qué consideraría importante trabajar con programas y presupuestos
3. Cuál es la estructura organizacional de su empresa
4. Considera que los procesos y procedimientos implementados son óptimos, por qué
5. Qué mejoras considera Usted deben implementarse en cada área
6. Cuentan con perfiles de puesto, con qué finalidad
7. Se aplican procesos de inducción, en qué casos
8. Se aplican escalas remunerativas, por qué cree que es importante trabajar con esta estrategia
9. Como consecuencia de observar el desempeño del personal, cree Usted que se encuentran comprometidos con la empresa
10. Quiénes cree Usted deben promover el trabajo en equipo
11. Se siente Usted satisfecho con el clima laboral que actualmente percibe
12. Se brinda al personal las condiciones necesarias en seguridad y salud, cómo podría mejorarlas
13. Considera que tiene líderes en cada área, cómo podría mejorarlo
14. Qué indicadores de gestión se trabajan actualmente
15. Se realizan auditorías, de qué tipo, con qué frecuencia

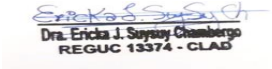
FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Cuál es su estrategia empresarial	x		x		x		x		
			Por qué consideraría importante trabajar con programas y presupuestos	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Cuál es la estructura organizacional de su empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Considera que los procesos y procedimientos implementados son óptimos, por qué	x		x		x		x		
			Qué mejoras considera Usted deben implementarse en cada área	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Cuentan con perfiles de puesto, con qué finalidad	x		x		x		x		
			Se aplican procesos de inducción, en qué casos	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Se aplican escalas remunerativas, por qué cree que es importante trabajar con esta estrategia	x		x		x		x		
	Dirección	Clima organizacional	Como consecuencia de observar el desempeño del personal, ¿cree Usted que se encuentran comprometidos con la empresa	x		x		x		x		
			Quiénes cree Usted deben promover el trabajo en equipo	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el clima laboral que actualmente percibe	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Usted brinda al personal las condiciones necesarias en seguridad y salud, cómo podría mejorarlas	x		x		x		x		
		Liderazgo	Considera que tiene líderes en cada área, cómo podría mejorarlo	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué indicadores de gestión se trabajan actualmente	x		x		x		x		
			Se realizan auditorías, de qué tipo, con qué frecuencia	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Dra. Ericka Julissa Suysuy Chambergo*

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Guía de entrevista sobre la Gestión empresarial, para los gerentes y jefes de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 26 de junio de 2022

Dra. Ericka J. Suysuy Chambergo
REGUC 13374 - CLAD

_____

Firma/DNI 45361468
EXPERTO: Dra. Ericka Julissa Suysuy Chambergo

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Cuál es su estrategia empresarial	x		x		x		x		
			Por qué consideraría importante trabajar con programas y presupuestos	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Cuál es la estructura organizacional de su empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Considera que los procesos y procedimientos implementados son óptimos, por qué	x		x		x		x		
			Qué mejoras considera Usted deben implementarse en cada área	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Cuentan con perfiles de puesto, con qué finalidad	x		x		x		x		
			Se aplican procesos de inducción, en qué casos	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Se aplican escalas remunerativas, por qué cree que es importante trabajar con esta estrategia	x		x		x		x		
	Dirección	Clima organizacional	Como consecuencia de observar el desempeño del personal, ¿cree Usted que se encuentran comprometidos con la empresa	x		x		x		x		
			Quiénes cree Usted deben promover el trabajo en equipo	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el clima laboral que actualmente percibe	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Usted brinda al personal las condiciones necesarias en seguridad y salud, cómo podría mejorarlas	x		x		x		x		
		Liderazgo	Considera que tiene líderes en cada área, cómo podría mejorarlo	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué indicadores de gestión se trabajan actualmente	x		x		x		x		
			Se realizan auditorías, de qué tipo, con qué frecuencia	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Mg. Valicha Cuadra Morales*

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Guía de entrevista sobre la Gestión empresarial, para los gerentes y jefes de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 26 de junio de 2022

_____

Firma/DNI 42125258
EXPERTO: Mg. Valicha Cuadra Morales

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Cuál es su estrategia empresarial	x		x		x		x		
			Por qué consideraría importante trabajar con programas y presupuestos	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Cuál es la estructura organizacional de su empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Considera que los procesos y procedimientos implementados son óptimos, por qué	x		x		x		x		
			Qué mejoras considera Usted deben implementarse en cada área	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Cuentan con perfiles de puesto, con qué finalidad	x		x		x		x		
			Se aplican procesos de inducción, en qué casos	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Se aplican escalas remunerativas, por qué cree que es importante trabajar con esta estrategia	x		x		x		x		
	Dirección	Clima organizacional	Como consecuencia de observar el desempeño del personal, ¿cree Usted que se encuentran comprometidos con la empresa	x		x		x		x		
			Quiénes cree Usted deben promover el trabajo en equipo	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el clima laboral que actualmente percibe	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Usted brinda al personal las condiciones necesarias en seguridad y salud, cómo podría mejorarlas	x		x		x		x		
		Liderazgo	Considera que tiene líderes en cada área, cómo podría mejorarlo	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué indicadores de gestión se trabajan actualmente	x		x		x		x		
			Se realizan auditorías, de qué tipo, con qué frecuencia	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Mg. Sonia Magali Núñez Puse*

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Guía de entrevista sobre la Gestión empresarial, para los gerentes y jefes de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022

DNI 16788327
EXPERTO: Mg. Sonia Magali Núñez Puse

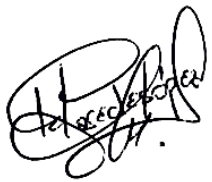
FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Cuál es su estrategia empresarial	x		x		x		x		
			Por qué consideraría importante trabajar con programas y presupuestos	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Cuál es la estructura organizacional de su empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Considera que los procesos y procedimientos implementados son óptimos, por qué	x		x		x		x		
			Qué mejoras considera Usted deben implementarse en cada área	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Cuentan con perfiles de puesto, con qué finalidad	x		x		x		x		
			Se aplican procesos de inducción, en qué casos	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Se aplican escalas remunerativas, por qué cree que es importante trabajar con esta estrategia	x		x		x		x		
	Dirección	Clima organizacional	Como consecuencia de observar el desempeño del personal, ¿cree Usted que se encuentran comprometidos con la empresa	x		x		x		x		
			Quiénes cree Usted deben promover el trabajo en equipo	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el clima laboral que actualmente percibe	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Usted brinda al personal las condiciones necesarias en seguridad y salud, cómo podría mejorarlas	x		x		x		x		
		Liderazgo	Considera que tiene líderes en cada área, cómo podría mejorarlo	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué indicadores de gestión se trabajan actualmente	x		x		x		x		
			Se realizan auditorías, de qué tipo, con qué frecuencia	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Dra. Lilian Roxana Paredes López*

Firma del experto:



EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Guía de entrevista sobre la Gestión empresarial, para los gerentes y jefes de la empresa Corporación Bim S.A.C.

3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022

_____

DNI 16655482
EXPERTO: Dra. Lilian Roxana Paredes López

FICHA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C - Chiclayo

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES
				RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA (Ver instrumento detallado adjunto)		
				SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
GESTIÓN EMPRESARIAL	Planeación	Estrategia, programa y presupuesto	Cuál es su estrategia empresarial	x		x		x		x		
			Por qué consideraría importante trabajar con programas y presupuestos	x		x		x		x		
	Organización	Estructura organizacional	Cuál es la estructura organizacional de su empresa	x		x		x		x		
		Procesos, procedimientos y políticas	Considera que los procesos y procedimientos implementados son óptimos, por qué	x		x		x		x		
			Qué mejoras considera Usted deben implementarse en cada área	x		x		x		x		
		Descripción de puestos	Cuentan con perfiles de puesto, con qué finalidad	x		x		x		x		
			Se aplican procesos de inducción, en qué casos	x		x		x		x		
		Escala remunerativa	Se aplican escalas remunerativas, por qué cree que es importante trabajar con esta estrategia	x		x		x		x		
	Dirección	Clima organizacional	Como consecuencia de observar el desempeño del personal, ¿cree Usted que se encuentran comprometidos con la empresa	x		x		x		x		
			Quiénes cree Usted deben promover el trabajo en equipo	x		x		x		x		
			Se siente Usted satisfecho con el clima laboral que actualmente percibe	x		x		x		x		
		Condiciones laborales	Usted brinda al personal las condiciones necesarias en seguridad y salud, cómo podría mejorarlas	x		x		x		x		
		Liderazgo	Considera que tiene líderes en cada área, cómo podría mejorarlo	x		x		x		x		
	Control	Indicadores de gestión	Qué indicadores de gestión se trabajan actualmente	x		x		x		x		
			Se realizan auditorías, de qué tipo, con qué frecuencia	x		x		x		x		

Grado y Nombre del Experto: *Dr. Luis Alberto Curo Maquén*

Firma del experto:

EXPERTO EVALUADOR

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:**
   Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo

2. **NOMBRE DEL INSTRUMENTO:**
   Guía de entrevista sobre la Gestión empresarial, para los gerentes y jefes de la empresa Corporación Bim S.A.C.

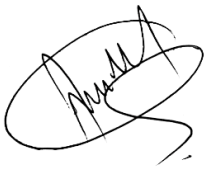
3. **TESISTA:**
   Br. María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería

4. **DECISIÓN:**
   Después de haber revisado el instrumento de recolección de datos, procedió a validarlo teniendo en cuenta su forma, estructura y profundidad; por tanto, permitirá recoger información concreta y real de la variable en estudio, coligiendo su pertinencia y utilidad.

OBSERVACIONES: Apto para su aplicación

APROBADO: SI [x] NO [ ]

Chiclayo, 28 de junio de 2022



_____

DNI 17594217
EXPERTO: Dr. Luis Alberto Curo Maquén

Anexo 7. Resultados de información de entrevistas a los jefes de área

Cargo / Ítem	Gerente General	Gerente Comercial	Gerente de operaciones	Contadora	Supervisor de Tienda
	PLAN ESTRATÉGICO				
Cuál es la misión de la empresa	Comercializar y distribuir productos, dando soluciones confiables.	Comercializar y distribuir productos, dando soluciones confiables.	Brindar una satisfacción plena a las necesidades de nuestros clientes durante todo el proceso de venta, a través de soluciones confiables, trabajando de manera constante hacia la productividad y competitividad. Creando valor para todos nuestros socios estratégicos.	La marca BIM nace con misión de brindar Soluciones Confiables en materiales para la construcción a nivel nacional que les generarán valor directamente al consumidor y a las ferreterías peruanas, tiendas especializadas, canal institucional y ventas por internet.	Brindar soluciones confiables a sus clientes, con un servicio de calidad y productos con garantía.
Cuál es la visión de la empresa	Corporación BIM SAC será una empresa líder en la comercialización y distribución ferretera en el norte del Perú, reconocida cómo una empresa humana, innovadora, creativa. Con una propuesta de valor que beneficiará a Colaboradores, clientes, Proveedores y Accionistas.	Corporación BIM SAC será una empresa líder en la comercialización y distribución ferretera en el norte del Perú, reconocida cómo una empresa humana, innovadora, creativa. Con una propuesta de valor que beneficiará a Colaboradores, clientes, Proveedores y Accionistas.	Liderar a nivel regional, el Sector Distribución de materiales de construcción, ofreciendo productos de calidad y mejorando de manera continua nuestros servicios.	Ser una empresa líder en el mercado, y poder tener sucursales no solo en el departamento de Lambayeque si no a nivel nacional.	Seguir creciendo con sucursales que nos permitan estar más cerca de los clientes.
Qué valores considera deben compartirse en la empresa	Honestidad, Libertad, Calidad, Competitividad, Confiables.	Honestidad, Libertad, Calidad, Competitividad, Confiables.	Responsabilidad, honestidad, compromiso, tolerancia.	El respeto, la responsabilidad, la honradez, la sinceridad	Puntualidad, responsabilidad, honestidad, compromiso y constancia.
Cuáles considera son las debilidades y fortalezas de la empresa	Debilidades · Falta de espacio para exhibir los productos · Falta de espacio de almacenamiento	Debilidades · Falta de espacio para exhibir los productos · Falta de espacio de almacenamiento	Debilidades: · Personal poco capacitado en sus funciones · Sobre stock de mercadería	Debilidades: · El seguimiento en el manejo de inventarios. · Entrega de mercadería incorrecta al cliente.	Debilidades: · Poca claridad en las funciones · Poco control en algunas áreas de la empresa · Falta de coordinación entre las áreas

	· Inadecuada ubicación de la empresa · Falta de seguimiento · Falta de capacitación Fortalezas · Distribución de marcas prestigiosas y confiables · Productos de calidad · Entrega puesto en almacén · Stock completo · Equipo de personas sólido y comprometido · Garantía de los productos	· Inadecuada ubicación de la empresa · Falta de seguimiento · Falta de capacitación Fortalezas · Distribución de marcas prestigiosas y confiables · Productos de calidad · Entrega puesto en almacén · Stock completo · Equipo de personas sólido y comprometido · Garantía de los productos	· Poca liquidez · Falta de coordinación entre las áreas Fortalezas · Ser distribuidor de marcas reconocidas · Personal comprometido · Respaldo de proveedores · Variedad de productos · Experiencia y conocimiento	· No seguir los procedimientos establecidos Fortalezas · Los años de experiencia y conocimiento en el mercado · La variedad de productos que se ofrece al cliente · Servicio al cliente · Cartera de clientes ·	· Desconocimiento de la importancia Fortalezas: · Trabajo en equipo · Stock inmediato de la mayoría de productos · Buenos proveedores como socios estratégicos · Capacidad de compra · Disponibilidad de las unidades de transporte
Cuáles considera son las oportunidades y amenazas para la empresa	Oportunidades · Apertura de más sucursales · Venta por catálogos · Venta por redes sociales y ecommers · Servicios adicionales a la venta del producto · Nuevas líneas de productos Amenazas · Estrategia de precios canal moderno · Competencia informal · Cambios de políticas de venta y distribución por parte de las fábricas · Falta de stock de las fábricas	Oportunidades Apertura de más sucursales · Venta por catálogos · Venta por redes sociales y ecommers · Servicios adicionales a la venta del producto · Nuevas líneas de productos Amenazas · Estrategia de precios canal moderno · Competencia informal · Cambios de políticas de venta y distribución por parte de las fábricas · Falta de stock de las fábricas	Oportunidades · Crecimiento del mercado ferretero · Proyectos de agua y saneamiento · Nuevos canales de distribución Amenazas · Crisis en la economía a nivel mundial · Crisis política · Desastres naturales · Competencia desleal	Oportunidades · Búsquedas de nuevos mercados · Posicionamiento Amenazas · La alta oferta · El alza de precios · La inestabilidad política	Oportunidades · Nuevos mercados ferreteros · Proyectos a ejecutar por parte del estado Amenazas · Competencia desleal · Coyuntura política · Desastres naturales ·
A quiénes considera sus principales competidores	Olano, Adj, Norplast, Tubosistemas.	Olano, Adj, Norplast, Tubosistemas.	Distribuciones Olano, la casa de aditivo, ferronor, López & cía, etc	A todos los Distribuidores autorizados de la marca que comercializamos	· La Casa del aditivo · Distribuciones Olano · Norplast · Tubosistemas · Ferronor

Cuáles son los objetivos empresariales	Poder lograr una rentabilidad anual del 20 % y poder distribuir utilidades con nuestros colaboradores.	Poder lograr una rentabilidad anual del 20 % y poder distribuir utilidades con nuestros colaboradores.	Uno de los objetivos de gerencia es incrementar la cartera de clientes, sin embargo, considero importante potenciar la que ya tenemos, ya que la competencia está muy fuerte a nivel de precios, si tenemos clientes recurrentes debemos seguir brindándole precios competitivos y crear lazos fuertes desde el acompañamiento en el desarrollo de sus negocios. Creo muy importante también generar productividad en el área logística, clave para las ventas, manteniendo los niveles de stock requeridos según demanda con un factor de seguridad y diseñando promociones más efectivas.	Ofrecer un excelente servicio al cliente Fidelización de los clientes Tener la infraestructura adecuada para atender mejor a los clientes	Incrementar la participación en el mercado ferretero
Cómo da a conocer los objetivos empresariales	Reuniones, pero no tenemos una constancia.	Reuniones, pero no tenemos una constancia.	Pocas veces se dan a conocer los objetivos, y se hacen mediante reuniones con el personal de las áreas involucradas.	Se da a conocer mediante reuniones con los trabajadores.	En reuniones periódicas con el personal líder de cada área
Qué opinión le merece la implementación de un plan estratégico	Fantástico, pero necesito ser acompañando y hacer que se cumpla se mida y se mejore.	Fantástico, pero necesito ser acompañando y hacer que se cumpla se mida y se mejore.	Considero es un requisito indispensable saber cómo nos encontramos para elaborar un plan de mejora coherente lo que se quiere alcanzar, principalmente su ejecución y no quede solo en un diseño documental.	Es muy importante ya que mediante este plan estratégico se puede comunicar a la empresa los objetivos que se están trazando y los pasos que se deben seguir para la obtención de los mismos.	Sería de gran ayuda, ya que mejoraría la organización que se tiene, buscando el beneficio de toda la empresa y creando un mayor compromiso por parte del recurso humano y más conocimiento de dónde queremos llegar.

Cuenta con la información necesaria para la toma de decisiones	No siempre, demora mucho en procesarse, puede mejorar bastante.	No siempre, demora mucho en procesarse, puede mejorar bastante.	Mayormente sí, pero considero importante procesarla y analizarla de manera más profesional para diseñar un conjunto de estrategias medibles.	Si se cuenta con la información necesaria.	Es según el área en la que se trabaja, mayormente se consulta siempre con gerencia.
Qué tan efectivos considera que son los canales de comunicación, por qué	Efectivos, por las respuestas recibidas y principalmente por las ventas que se concretizan.	Efectivos, por las respuestas recibidas y principalmente por las ventas que se concretizan.	Considero que no son muy efectivos, porque la información se pierde en el camino, cualquier información relevante debe quedar siempre escrita y confirmada, así podemos evitar malos entendidos y obtener mejores resultados de lo que se quiere.	Una comunicación efectiva permite que el mensaje que se necesita informar llegue de forma correcta a los colaboradores de la empresa.	Se puede mejorar, de manera que permita comunicar lo necesario en tiempo real, ya que en el día a día surgen muchos imprevistos y coordinaciones que hacer para mejorar en las operaciones.
Por qué considera que la empresa puede ser sostenible en el tiempo	Por las buenas decisiones y por el equipo.	Por las buenas decisiones y por el equipo.	Porque el sector construcción es un sector en constante desarrollo y estamos a la vanguardia con los productos que ofrecen las fábricas, buscamos siempre brindar la mejor solución a las necesidades de los clientes, además hemos venido creciendo y mejorando nuestros procesos.	Porque tratamos de satisfacer las necesidades de los clientes, y adaptarnos a los diferentes cambios que se presentan con el transcurrir del tiempo sin perder la misión por la que se creó la empresa	Toda empresa para ser sostenible en el tiempo debe innovar, adaptarse a los cambios y estudiar el mercado para invertir.
Cuál es su apreciación respecto a la satisfacción de los clientes	Inconforme, espero una experiencia de compra fantástica.	Inconforme, espero una experiencia de compra fantástica.	Creo que podemos mejorar el servicio que brindamos, desde el servicio interno entre las áreas, e investigando aquello qué más satisface al cliente para crear nuevas formas de trabajo, que sean coherentes con los	Es buena y es por ello que ya se cuenta con una cartera de clientes.	Buscamos siempre cumplir con sus necesidades y superar sus expectativas, no solo para culminar un buen proceso de venta, sino para que el cliente nos recomiende y vuelva a comprar con nosotros.

			recursos con los que se dispone.		
Se siente Usted satisfecho con el desempeño del personal, por qué	Muchas veces sí, pero también tenemos mucho por mejorar y no me gusta cuando las cosas se tienen que decir que las hagan, me gusta cuando el personal tiene iniciativas, siente cómo suyo la empresa y pelea por ella. Todos dependemos actualmente de esta Empresa luchadora.	Muchas veces sí, pero también tenemos mucho por mejorar y no me gusta cuando las cosas se tienen que decir que las hagan, me gusta cuando el personal tiene iniciativas, siente cómo suyo la empresa y pelea por ella. Todos dependemos actualmente de esta Empresa luchadora.	En términos generales sí, sin embargo, considero que debemos mejorar en muchos aspectos, iniciando por tener claro las funciones, responsabilidades, líneas de comunicación, jerarquías y concientizar a todo el personal en la importancia de cada área.	Si, por que se trabaja en grupo y estamos en constante comunicación.	Cada persona es un universo distinto, por eso es satisfactorio que en equipo se trate día a día sacar adelante a la empresa. Siempre hay mejoras por hacer, todo dependerá de la actitud con la que el personal toma las críticas constructivas. En la empresa la gran mayoría está comprometida con ella.
	GESTIÓN EMPRESARIAL				
Cuál es su estrategia empresarial	Manejo tres estrategias: de posicionamiento, de marca y de precios.	Manejo tres estrategias: de posicionamiento, de marca y de precios.	Actualmente la fuerte competencia nos ha obligado a sacrificar mucho en temas de precio a las ferreterías, en lo que se refiere a productos de mayor demanda para construcción de viviendas, sin embargo, nosotros ofrecemos mayor variedad de productos, y para el caso de obras, atendemos con productos certificados, puestos en obra.	Es brindar productos de buena calidad y entregar a nuestros clientes un valor diferenciado en la solución y la confianza de que nuestros productos son de calidad	Impactar en el mercado con buenos precios, stock inmediato, atención personalizada y un excelente servicio.
Por qué consideraría importante trabajar con programas ypresupuestos	Los considero muy importante porque es una manera hacer un buen trabajo y tener una trazabilidad y un uso adecuado de los recursos. Esto facilitará lograr objetivos y mejorarlos en el futuro. Sabiendo cuanto nos costó, qué se hizo o que se tenía de hacer y en cuanto tiempo se hace y que beneficios tiene para	Los considero muy importante porque es una manera hacer un buen trabajo y tener una trazabilidad y un uso adecuado de los recursos. Esto facilitará lograr objetivos y mejorarlos en el futuro. Sabiendo cuanto nos costó, qué se hizo o que se tenía de hacer y en cuanto tiempo se hace y que beneficios	La planificación a través de los programas permite detallar con tiempos las actividades y esto ayuda a medir los logros, pudiendo corregir o mejorar lo proyectado. Los presupuestos permiten proyectar los ingresos y salidas de dinero, de	Es importante porque permite establecer objetivos y tener una noción de los ingresos y gastos que puede asumir la empresa para operaciones futuras.	Nos ayudan a mantener un orden, en avanzar con los procesos y funciones. Los presupuestos nos permiten tener una idea clara de lo que necesitamos para invertir en beneficio de la empresa.

	la empresa y cómo mejora esto para nuestros clientes.	tiene para la empresa y cómo mejora esto para nuestros clientes.	manera que en la medición podremos encontrar estrategias para cumplirlo o rediseñar los proyectos.		
Cuál es la estructura organizacional de su empresa	· Gerencia General y Comercial · Gerencia Operaciones · Contabilidad · Sistemas · Administración · Ventas y almacén · Reparto	· Gerencia General y Comercial · Gerencia Operaciones · Contabilidad · Sistemas · Administración · Ventas y almacén · Reparto	· Gerencia general · Gerencia comercial · Gerencia de operaciones · Administración · Contabilidad · Logística · Transportes	· Gerencia General · Gerencia comercial · Gerencia de operaciones · Contabilidad · Administración · Logística · Transportes	· Gerencia General · Gerencia Comercial · Gerencia de Operaciones · Administración · Contabilidad · Logística · Ventas ·
Considera que los procesos y procedimientos implementados sonóptimos, por qué	Algunos si son óptimos, pero hay varios por mejorar. Los óptimos los considero porque nuestros clientes internos o externos los valoran y les genera una buena experiencia y genera beneficios para la empresa y para nuestros clientes.	Algunos si son óptimos, pero hay varios por mejorar. Los óptimos los considero porque nuestros clientes internos o externos los valoran y les genera una buena experiencia y genera beneficios para la empresa y para nuestros clientes.	Sí, pero pueden mejorarse, es muy importante considerar las opiniones de quienes están involucrados para que en conjunto se diseñen de la mejor manera, pensando siempre en el beneficio global, no solo interno, sino también hacia los clientes	Si son óptimos, pero a veces por realizar más rápida la tarea encomendada se saltan estos procesos y procedimientos y es cuando se pueden cometer los errores.	Todos los procesos han sido modificados y mejorados a través del tiempo. Siempre se pueden optimizar, buscando actualizarlos con programas y nuevas teorías.
Qué mejoras considera Usted deben implementarse en cada área	Logística: Mejorar el control y el criterio o critica para encontrar donde se generan los problemas y mejorar ahí, no solo hacer la acción de “corregir” sin analizar el ¿Por qué? Almacén: Orden, limpieza, señalización, ubicación, atención al cliente, cierre de ceremonia de ventas. Ventas: Seguimiento al cliente en ventas, en volumen de compras, en compra del mix de productos. Asistencia a capacitaciones, embudo de compra, llamadas a clientes, soporte, asesoría en productos, conocimiento de los productos,	Logística: Mejorar el control y el criterio o critica para encontrar donde se generan los problemas y mejorar ahí, no solo hacer la acción de “corregir” sin analizar el ¿Por qué? Almacén: Orden, limpieza, señalización, ubicación, atención al cliente, cierre de ceremonia de ventas. Ventas: Seguimiento al cliente en ventas, en volumen de compras, en compra del mix de productos. Asistencia a capacitaciones, embudo de compra, llamadas a clientes, soporte, asesoría en productos,	Logística: plan de toma de inventarios, definir stocks mínimos de los productos y reponer oportunamente la mercadería. Transportes: programar de manera preventiva los mantenimientos y renovación de permisos y licencias Administración: mejorarla coordinación con las áreas y brindar el soporte necesario.	Mejorar la comunicación, repasar siempre los procesos.	Administración: Conocer las funciones de cada área, explicar al personal de forma clara sus funciones y jerarquía. Involucrarse con cada área para el apoyo necesario e inmediato en las operaciones diarias. Reparto: Buscar siempre brindar soluciones inmediatas a los problemas que se presenten en los despachos. Logística: Identificarse con la inmediatez que requiere la atención a los clientes en sus requerimientos.

	dar soluciones en productos y servicios a los clientes, buscar oportunidades para servir.	conocimiento de los productos, dar soluciones en productos y servicios a los clientes, buscar oportunidades para servir.			
Cuenta con perfiles de puesto, con qué finalidad	No entiendo mucho de esto, pero creo que es muy importante que se tenga, nos permitirá seleccionar mejor a los miembros del equipo y eso sumará.	No entiendo mucho de esto, pero creo que es muy importante que se tenga, nos permitirá seleccionar mejor a los miembros del equipo y eso sumará.	Actualmente no se cuenta con los perfiles de puesto, sin embargo, creo que es una herramienta básica para contar con el personal idóneo en cada puesto de trabajo.	Contar con ello, es tener establecido quien esta apto o no para realizar las funciones por las que se contrata nuevo personal.	Contar con los perfiles ayudará a evitar pérdidas de tiempo en capacitar personal que tiene capacidades para trabajar en otras áreas, y que tienen profesiones no afines a sus funciones. Las personas que cumplen con el perfil idóneo buscan integrar y hacer aportes a la empresa.
Se aplican procesos de inducción, en qué casos	No se aplican, pero lo considero importante, es una transición a la manera particular de trabajo de la familia BIM. El cliente interno tiene que saber cómo funcionan las cosas para que rápidamente de respuesta a nuestros clientes externos.	No se aplican, pero lo considero importante, es una transición a la manera particular de trabajo de la familia BIM. El cliente interno tiene que saber cómo funcionan las cosas para que rápidamente de respuesta a nuestros clientes externos.	No existe inducción para le personal. Considero que es un proceso clave para la identificación del personal con la empresa, es uy importante que conozca no solo de sus funciones, sino también de la empresa en general, esto creará un compromiso sólido y tendrá muy claro lo que se busca de él y lo que debe hacer.	No tenemos establecido un proceso de inducción, lo que hacemos en capacitar en funciones. Este proceso permite al personal que ingresa a disminuir sus dudas y a facilitar el aprendizaje de sus funciones, así se adapte y a desempeñarse de forma más rápida en su nuevo puesto de trabajo.	Su aplicación evita errores en el desempeño de las funciones, esto ayudará a una rápida adaptación del nuevo personal.
Se aplican escalas remunerativas, por qué cree que es importante trabajar con esta estrategia	Siempre he creído que es muy importante, pero se no hace difícil establecerlo porque al ver que conforme pasa el tiempo el personal cambia o disminuye su actividad y porque muchos del personal que contratamos los hacemos muy flexibles, es decir los reubicamos según la necesidad del momento. Lo que nos impide también son los costos que esto nos genera y por lo que la empresa ha pasado.	Siempre he creído que es muy importante, pero se no hace difícil establecerlo porque al ver que conforme pasa el tiempo el personal cambia o disminuye su actividad y porque muchos del personal que contratamos los hacemos muy flexibles, es decir los reubicamos según la necesidad del momento. Lo que nos impide también son los costos que esto nos genera y por lo que la empresa ha	Su importancia radica en crear un valor al puesto de trabajo, la remuneración debe estar muy acorde con las capacidades, responsabilidades, carga laboral, compromiso y actitud del rabajador. También se debe analizar el mercado laboral, cómo estamos a nivel de otras empresas del sector.	La importancia es ofrecer una remuneración equilibrada de acuerdo a las habilidades, educación, responsabilidades que realizaran según las funciones asignadas y que exige su puesto de trabajo.	Permite asignar una remuneración justa para el bienestar del personal.

	Más ahora con la incertidumbre del mercado, no sabemos cómo nos irá mañana.	pasado. Más ahora con la incertidumbre del mercado, no sabemos cómo nos irá mañana.			
Como consecuencia de observar el desempeño del personal, cree Usted que se encuentran comprometidos con la empresa	De muchos sí, pero siempre se encuentra un grupo reducido que no o muchas veces pro que no entienden de la importancia y del esfuerzo que hacemos nosotros como generadores de empresa y de empleos, el riego que asumimos, el compromiso que tenemos con ellos, el sacrificio que también realizamos, las preocupaciones que nos generan y todo lo que pasamos para estar donde está BIM.	De muchos sí, pero siempre se encuentra un grupo reducido que no o muchas veces pro que no entienden de la importancia y del esfuerzo que hacemos nosotros como generadores de empresa y de empleos, el riego que asumimos, el compromiso que tenemos con ellos, el sacrificio que también realizamos, las preocupaciones que nos generan y todo lo que pasamos para estar donde está BIM.	Debemos trabajar con el personal que no vemos muy comprometido, conocer más de sus aspiraciones y capacidades, para así potenciar su desempeño.	Si existe compromiso del personal	En la mayoría sí, falta que algunos entiendan la importancia de su puesto de trabajo.
Quiénes cree Usted deben promover el trabajo en equipo	Iniciar por las gerencias, los jefes de las áreas y todo aquel miembro del equipo que tenga ese perfil y la facilidad de llegada.	Iniciar por las gerencias, los jefes de las áreas y todo aquel miembro del equipo que tenga ese perfil y la facilidad de llegada.	Las jefaturas de cada área de carácter obligatorio, y los mismos compañeros de trabajo, a través de empatía y la actitud positiva para hacer frente a los problemas del día a día.	El jefe de cada área debe motivar a su personal a cargo a trabajar en equipo.	El administrador considero sea quien deba promover el trabajo en equipo, ya que es quien se encarga de las funciones de recursos humanos.
Se siente Usted satisfecho con el clima laboral que actualmentepercibe	En algunas, áreas sí. Pero en áreas como la de reparto no, esta área es muy informal en su trato, las peleas entre ellos, la incomodidad de recibir una orden o indicación, los egos de los colaboradores. En ventas: Falta de comunicación en cotizaciones, disponibilidad de unidades de reparto. Almacén: Incomodidad de recibir una orden o indicación.	En algunas, áreas sí. Pero en áreas como la de reparto no, esta área es muy informal en su trato, las peleas entre ellos, la incomodidad de recibir una orden o indicación, los egos de los colaboradores. En ventas: Falta de comunicación en cotizaciones, disponibilidad de unidades de reparto. Almacén: Incomodidad de recibir una orden o indicación.	Creo que podría ser mejor, hay personal desmotivado y desorientado, esto repercute en su desempeño y genera malestar en el equipo.	Si me siento satisfecho	Sí, hoy la gran mayoría ya trabaja al ritmo en que la empresa necesita.
Se brinda al personal las condiciones necesarias en	Tratamos de brindar las mejores condiciones de seguridad y	Tratamos de brindar las mejores condiciones de	Considero debemos mejorar las condiciones,	Si, pero se puede mejorar dando capacitaciones de porque es	Sería importante mejorar los almacenes para brindar mayor

seguridad y salud, cómo podría mejorarlas	salud, pero aun así siempre tenemos fallas. Lo podemos mejorar, haciendo que se cumpla con el uso de las protecciones asignadas, capacitándolos pero que esto no quede en un documento, se tiene que ver las mejoras y que el cliente interno las valore.	seguridad y salud, pero aun así siempre tenemos fallas. Lo podemos mejorar, haciendo que se cumpla con el uso de las protecciones asignadas, capacitándolos pero que esto no quede en un documento, se tiene que ver las mejoras y que el cliente interno las valore.	diseñando un programa y presupuesto, y trabajando a diario por los resultados. No en todas las áreas, podemos mejorarlos a través de capacitaciones y brindándoles mayor confianza	importante por ejemplo el uso de implementos de seguridad, de primeros auxilios	seguridad al personal y exista rapidez en el despacho.
Considera que tiene líderes en cada área, cómo podría mejorarlo	Si, con el pasar del tiempo aparecieron. Podemos mejorarlo capacitándolos y haciéndoles saber hacia dónde queremos llegar, cuáles son los objetivos, por que hacemos cambios.	Si, con el pasar del tiempo aparecieron. Podemos mejorarlo capacitándolos y haciéndoles saber hacia dónde queremos llegar, cuáles son los objetivos, por que hacemos cambios.	No en todas las áreas, podemos mejorarlos a través de capacitaciones y brindándoles mayor confianza	Sí, se podría mejorar con actividades o reuniones de motivación e integración	Sí, podría mejorarse a través de críticas constructivas en forma constante.
Qué indicadores de gestión considera Usted que deben medirse	En ventas: Clientes Satisfechos, Calificación de servicios, Mix de productos, cobertura de cartera de clientes, cobertura de zona o departamentos a los que se venden, Volumen de ventas, Cumplimento de cuota proyectada VS cuota lograda, Compras VS Ventas, Margen utilidad. En despacho: Entregas de ventas a tiempo por día, cantidad de despachos sin errores, despacho óptimo para movilizar unidad. En almacén: Número de recepciones completas y sin faltantes, Despachos directos sin fallas y sin quejas de los clientes, Ventas perdidas por falta de solicitar traslado para stock, sobre stock de mercadería, rotación de inventario. En administración: Pagos a proveedores, cuentas por pagar,	En ventas: Clientes Satisfechos, Calificación de servicios, Mix de productos, cobertura de cartera de clientes, cobertura de zona o departamentos a los que se venden, Volumen de ventas, Cumplimento de cuota proyectada VS cuota lograda, Compras VS Ventas, Margen utilidad. En despacho: Entregas de ventas a tiempo por día, cantidad de despachos sin errores, despacho óptimo para movilizar unidad. En almacén: Número de recepciones completas y sin faltantes, Despachos directos sin fallas y sin quejas de los clientes, Ventas perdidas por falta de solicitar traslado para stock, sobre stock de mercadería, rotación de inventario.	Financieros, logísticos, ventas y de recursos humanos, definiendo lo que se busca alcanzar con cada uno de ellos.	Los indicadores financieros como liquidez, periodo de promedio de existencias, rentabilidad neta, endeudamiento general, periodo promedio de cuentas por cobrar.	Satisfacción del cliente, quejas y sugerencias, rotación del personal y crecimiento en ventas.

	gastos fijos, gastos variables, gastos de movilidad personal, gastos de fletes vs el volumen de compra, gastos de servicios (luz, agua, telefonía fija y celulares). En logística: Indicadores de transporte y distribución (Costo para la empresa al despachar), Rotación, Capacidad de almacenamiento de los distintos almacenes, Indicador de inventarios, Indicador de Inventarios faltantes, numero de errores en despacho, errores en recepción de mercadería.	En administración: Pagos a proveedores, cuentas por pagar, gastos fijos, gastos variables, gastos de movilidad personal, gastos de fletes vs el volumen de compra, gastos de servicios (luz, agua, telefonía fija y celulares). En logística: Indicadores de transporte y distribución (Costo para la empresa al despachar), Rotación, Capacidad de almacenamiento de los distintos almacenes, Indicador de inventarios, Indicador de Inventarios faltantes, numero de errores en despacho, errores en recepción de mercadería.			
Se realizan auditorías, de qué tipo, con qué frecuencia	Auditoría interna contable, auditoría en bancos, auditoria en almacén, auditoría en caja, Auditoría de cumplimiento de procesos, auditoría de seguridad.	Auditoría interna contable, auditoría en bancos, auditoria en almacén, auditoría en caja, Auditoría de cumplimiento de procesos, auditoría de seguridad.	Auditoría contable y financiera, de inventario, de recursos humanos y de sistemas.	Auditoría de procesos, auditorías internas. auditoria de gestión	Considero muy importante los inventarios, para tener un stock real en el sistema, evitando faltantes de mercadería o vencimientos de los productos.

Anexo 8.

Análisis documental

Ficha de recolección de datos

Detalle de ratios financieros e información relevante períodos históricos 2019-2021

Criterio a evaluar	**2019**	**2020**	**2021**
Ventas	24’529,886	20’136,831	30’008,189
Liquidez ácida	0,55	0,03	0,55
Liquidez inmediata	0,14	0,26	0,07
Período promedio de existencias	60	78	103
Período promedio de cuentas por cobrar	24	29	20
Endeudamiento general	71%	63%	64%
Rentabilidad neta	2%	5%	6%

Ratios de rentabilidad	**2019**	**%**	**2020**	**%**	**2021**	**%**
ROA	S/ 543,119.02	6,85	S/ 1,006,555.81	11,74	S/ 1,906,337.87	13,37
	S/ 7,930,462.89		S/ 8,571,413.68		S/ 14,253,743.93	
ROE	S/ 543,119.02	23,24	S/ 1,006,555.81	31,91	S/ 1,906,337.87	37,67
	S/ 2,336,814.33		S/ 3,153,896.46		S/ 5,060,234.22	
Margen Neto	S/ 543,119.02	2,21	S/ 1,006,555.81	5,00	S/ 1,906,337.87	6,35
	S/ 24,529,886.34		S/ 20,136,830.59		S/ 30,008,189.19	

Anexo 9. Confiabilidad del instrumento

Cuestionario de plan estratégico aplicado a los trabajadores

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,821	,814	14

Confiabilidad por preguntas del cuestionario de planeamiento estratégico aplicado a los trabajadores

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	46,2286	34,652	,765	,878	,783
P2	46,2571	35,608	,675	,866	,791
P3	45,6000	38,129	,509	,586	,805
P4	44,4571	41,373	,421	,640	,813
P5	44,9143	42,728	,106	,406	,836
P6	46,1429	33,479	,787	,849	,779
P7	44,4857	39,492	,410	,778	,813
P8	44,4571	43,079	,159	,535	,827
P9	45,5714	40,134	,426	,471	,812
P10	45,8286	40,617	,377	,717	,815
P11	45,5143	40,787	,329	,754	,818
P12	45,0286	41,734	,245	,570	,823
P13	45,4000	40,718	,503	,556	,809
P14	45,2571	38,255	,548	,632	,803

Confiabilidad del cuestionario de gestión empresarial aplicado a los trabajadores

Confiabilidad de cada instrumento gestión empresarial

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,863	,861	28

Confiabilidad por preguntas del cuestionario de gestión empresarial

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	80,5625	115,996	,593	,852
P2	80,8125	118,544	,476	,856
P3	80,9688	119,902	,468	,856
P4	80,2188	115,015	,511	,855
P5	79,7188	128,080	,005	,867
P6	80,1875	122,157	,285	,861
P7	79,6875	122,415	,313	,860
P8	79,5313	123,096	,330	,860
P9	79,7188	123,564	,317	,860
P10	79,6875	126,028	,204	,862
P11	79,2500	126,194	,135	,864
P12	79,0000	124,710	,253	,862
P13	79,7500	122,452	,306	,861
P14	78,7188	127,112	,045	,867
P15	79,7500	114,774	,512	,855
P16	80,5938	117,023	,501	,855
P17	80,1875	117,125	,605	,853
P18	79,4688	122,515	,279	,861
P19	79,6875	123,060	,146	,869

P20	79,3125	120,093	,511	,856
P21	79,7813	119,531	,415	,858
P22	80,1563	114,136	,686	,849
P23	80,0000	115,032	,597	,852
P24	79,3438	117,459	,480	,856
P25	79,2813	116,789	,514	,855
P26	80,4688	115,870	,712	,850
P27	80,1563	118,136	,524	,855
P28	80,7813	119,789	,368	,859

Anexo 10. Autorización de la empresa

Chiclayo, 25 de Junio del 2022

Señora : María Eugenia del Carmen La Madrid Frías de Rentería
Maestrante de MBA – UCV
DNI : 41778154
Asunto : Autorización para aplicación de investigación en nuestra empresa Corporación Bim S.A.C.

Yo, Wilmer Vladimir Bustamante Nieto, identificado con DNI N° 41468963, en mi calidad de Representante legal y gerente general de Corporación Bim S.A.C., con RUC N° 20480023235, con domicilio fiscal en Av. Tahuantinsuyo N° 1018 – José Leonardo Ortíz – Chiclayo – Lambayeque, autorizo a Usted en su calidad de maestrante de MBA – UCV a poder realizar su investigación: " Plan estratégico para la gestión empresarial en Corproación Bim S.A.C. – Chiclayo", el cual considero brindará una contribución a mi representada, de manera muy profesional.

Atentamente

CORPORACIÓN BIM S.A.C.
Wilmer Vladimir Bustamante Nieto
GERENTE GENERAL

Anexo 11. Propuesta de investigación.

PLAN ESTRATÉGICO CORPORACIÓN BIM S.A.C.

1. SITUACIÓN ACTUAL

HISTORIA

Su historia empezó en 1981, en la ciudad de Nueva Cajamarca - Rioja - Departamento de San Martín, siendo el gestor el Sr. Isael Bustamante Medina, unos años después se une a este proyecto el Sr. Adelmo Nieto Mejía.

Inicia con la razón social Ferretería Bazar Chota S.R.L., pone en marcha la primera tienda en Jr. Huallaga Nro. 337 Nueva Cajamarca, el 7 de agosto de 1993 se apertura en Calle Simón Bolívar Nro. 255, Distrito de José Leonardo Ortíz, Provincia de Chiclayo, Departamento de Lambayeque.

El 20 de Julio de 1997 se crea BIM. Iniciando aquí nuestras operaciones más grandes, la empresa estuvo dirigida por el Lic. Adm. Víctor Hugo Bustamante Rioja, el 1ro de Julio del 2006, con toda la experiencia y recorrido, se constituye como Corporación Bim S.A.C, con RUC Nro. 20480023235, perteneciendo al Grupo empresarial Víctor Hugo.

La actividad económica principal es la venta al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería y equipo y materiales de fontanería y calefacción, con dirección fiscal en Av. Tahuantinsuyo Nro. 1018, Distrito de José Leonardo Ortíz, Provincia de Chiclayo, Departamento de Lambayeque.

Fuente: Archivo digital de Corporación Bim S.A.C.

SUCURSALES

Tienda principal : Av. Tahuantinsuyo 1018-José Leonardo Ortíz-Chiclayo

Tienda sucursal : Calle Alfonso Ugarte N° 1611-Chiclayo

Almacén : Av. Tahuantinsuyo 1039-José Leonardo Ortíz-Chiclayo

Almacén : Av. Lambayeque 1330-José leonardo Ortíz-Chiclayo

CATEGORÍAS DE CLIENTES

Ferreterías: Clientes que cuentan con un presupuesto semanal o quincenal, de acuerdo a su volumen de venta al cliente final.

Núcleos Ejecutores: Son representantes de una comunidad, frente al estado, con la finalidad de ejecutar y supervisar proyectos de infraestructura que beneficien a sus pobladores.

Municipalidades y entidades del estado: Esta categoría de clientes realiza sus compras a través de licitaciones públicas.

Constructoras: Estos clientes realizan su compra evaluando previamente la disponibilidad del producto, el precio, el tiempo de entrega en obra y transporte.

Cliente final: Este cliente cuenta ya con una intención de compra al acercarse al establecimiento, estando allí compara precios y calidad, sujeto a su presupuesto.

PRINCIPALES FAMILIAS DE PRODUCTOS

- Tubos y conexiones de pvc
- Cementos y complementos
- Ferretería en general
- Tanques
- Acero
- Válvulas
- Pegamentos pvc
- Calaminas
- Transformados
- Luminarias y eléctricos

PRINCIPALES PROVEEDORES

- Nicoll Perú S.A.
- Distribuidora Norte Pacasmayo S.R.L.
- Tigre Perú – Tubos y Conexiones S.A.
- Compuestos sintéticos S.A.
- Rivelsa S.A.C.
- Corporación Aceros Arequipa S.A.
- Mexichem Perú S.A.
- Prodac S.A.
- Dalka S.A.C.
- Ferrocentro Aguilar S.C.R.LTDA.

PRINCIPALES MARCAS VENDIDAS

- Nicoll
- Pacasmayo
- Plástica-Tigre
- Rocaplast
- Rotoplas
- Pavco
- Aceros Arequipa
- Oatey
- Prodac
- PCP

FORMULACIÓN Y PLANEAMIENTO

2. VISIÓN

Al año 2024, ser una empresa líder en la comercialización y distribución ferretera en la Región Lambayeque, ofreciendo productos de calidad y mejorando de manera continua nuestros servicios.

3. MISIÓN

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo soluciones confiables y desarrollando proyectos que nos permitan ser más productivos y competitivos en el sector. Buscando generar valor con mayores beneficios y oportunidades para nuestros colaboradores y socios.

4. VALORES

Compromiso: Sentirse identificado con los objetivos de la empresa, y cumplir con las obligaciones personales, profesionales y organizacionales.

Integridad: Hace referencia a obrar con rectitud y probidad. Se coherentes entre lo dicho y hecho.

Calidad: Actitud y predisposición permanente hacia la mejora continua, desde la optimización de los recursos, para brindar soluciones confiables.

Iniciativa: Ser proactivos, ideando e implementando soluciones inmediatas a las problemáticas y/o retos, desde un criterio autónomo responsable.

Flexibilidad: Disposición para adaptarse fácilmente a nuevas circunstancias o situaciones, con personas o grupos diversos.

5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Fuente: Elaboración Propia

6. STAKEHOLDERS

Clasificación de stakeholders

INTERNOS	EXTERNOS
Socios	Entidades financieras
Colaboradores	Competidores
Clientes	Entidades reguladoras del estado (Municipalidad, Sunat, Sutran, Sunafil)
Proveedores	

Matriz de Stakeholders

Internos			
Stakeholders	Definición	Principios	Acciones
Socios	Son los inversionistas y responsables de la toma de decisiones, y los principales interesados en los resultados de la gestión en la empresa.	Creación de valor para los socios	Incrementar el valor para los socios-dueños de la empresa y hacerla sostenible en el tiempo
Clientes	Son aquellos que adquieren los productos que la empresa ofrece,	Brindarle productos de calidad a precios competitivos	Satisfacer su necesidad y contribuir con sus beneficios

	para satisfacer una necesidad.		
Colaboradores	Son todo el recurso humano que tiene la empresa para la ejecución de las funciones y logro de resultados.	Brindarles oportunidad de desarrollo profesional y personal	Lograr un clima laboral favorable
Proveedores	Son aquello que ofrecen los productos a comercializar.	Trabajar como socios estratégicos	Aplicar la estrategia ganar-ganar, obtener oportunamente los productos a precios que permitan competir en el mercado

Externos			
Stakeholders	Definición	Principios	Acciones
Entidades Reguladoras del estado	Son las instituciones del estado que norman el funcionamiento de las empresas, tales como: Sunat, Sunafil, Sutran, Gobiernos Regionales y Municipalidades.	Cumplir con las regulaciones y normas de cada organismo competente	Actualizar permanentemente la información acerca de la normativa reguladora que afecta las operaciones y gestión

Competidores	Son aquellas empresas del mismo rubro, que atienden al mismo mercado.		
Entidades Financieras	Son aquellas instituciones privadas que brindan recursos económicos para invertir en nuevos proyectos.	Obtener respaldo financiero en el momento oportuno	Mantener actualizada la información y la vigencia en las líneas de crédito

7. FACTORES EXTERNOS

7.1. Factor político

Actualmente existe desconfianza empresarial por la gran incertidumbre política, debido a los cambios en muy cortos plazos del gabinete, la incapacidad de gestión, desinformación e improvisación por parte del actual gobierno; situaciones que generan contracción en la inversión privada y fuga de capitales, afectando directamente y de manera significativa la economía del país, incluido el sector construcción.

7.2. Factor económico

La actividad económica mundial viene siendo golpeada por la prolongada guerra en Ucrania y las restricciones en China que buscan repeler la propagación de los contagios del COVID-19, sumado al crecimiento de la demanda y una fuerza laboral contraída, factores que han favorecido el alza de la inflación en la mayoría de las economías de países desarrollados, con tendencia al alza, también en las economías emergentes.

A pesar de que el sector ferretero, al igual que el resto del comercio se vio afectado debido a la pandemia, el interés general en los arreglos del hogar, las remodelaciones y las adecuaciones para el teletrabajo, generó una importante dinámica en el mercado de los materiales de construcción.

Así lo explica Tul, plataforma de venta de insumos para la construcción, al indicar que este crecimiento “se reflejó positivamente para el segmento ferretero, que, de acuerdo con el Índice de Seguimiento de la Economía publicado por el Dane a inicio de 2022, fue una de las actividades de mejor rendimiento y que más aportó al desempeño de las ventas minoristas”, manifestó la empresa en un comunicado.

De acuerdo con la más reciente Encuesta Mensual de Comercio presentada por el Dane, los artículos de ferretería, vidrios y pinturas mostraron un crecimiento del 28,7% entre enero y diciembre de 2021 en comparación con el mismo periodo del año anterior.

“Esto refleja una dinámica de recuperación constante, si además se tiene en cuenta que, respecto a los mismos meses de 2019, el crecimiento fue de 18%”, manifestó Carolina Álvarez directora de crecimiento de Tul.

De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía mundial subirá menos de lo previsto este año, debido a una desaceleración de China y EE. UU. A ello se le imputa el anunciado incremento en la inflación.

7.3. Factor social

Esta fuerza influye en la adquisición del producto ya que actualmente se vive un nivel de inseguridad muy alto en el país por la delincuencia que se percibe a diario, según fuente periodística el Perú se ubica en segundo puesto del ranking de países con mayor delincuencia. Es por este motivo que las personas buscan adquirir productos que les permita asegurar más sus viviendas.

Sin duda unos de los factores que ha repercutido a nivel mundial es la emergencia sanitaria en la que nos hemos visto involucrados por la Covid19, en la que nos vimos obligados al encierro, paralizando la economía, estacando proyectos empresariales y personales,

La corrupción se considera un problema latente, que afecta la legitimidad de las instituciones públicas, la población percibe un aumento drástico a nivel de América Latina, generando un alto impacto en el crecimiento económico de un país.

Otro conflicto social son las manifestaciones y paros que son promovidos por ciertos sectores que perciben la desatención por parte de las autoridades frente a un pliego de necesidades que no encuentran solución, afectando enormemente las operaciones de las empresas, paralizando al funcionamiento regular, de la cadena de suministros.

La informalidad, se produce por el conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Muchas veces se da dentro de las empresas formales, ya que surge en parte de sus procesos por brindar agilidad en la atención al cliente, o incluso cuando el estado no ofrece formas más flexibles para las empresas, ya que éstas funcionan en mercados muy cambiantes y cada una vive su propia realidad, muy a pesar de pertenecer a un mismo sector económico.

7.4. Factor tecnológico

Estas fuerzas afectan el consumo de diversos productos, por ejemplo, el acceso al Internet permite que el producto sea conocido por más personas no solo en Lima sino a nivel nacional a través de redes sociales o página web. Actualmente el acceso al Internet está en aumento. En base al estudio de Global Entertainment & Media Outlook, elaborado por la consultora PWC, se infiere que el mercado de acceso a Internet en el Perú para el año 2023 tendrá un incremento anual de 5.2% (Agencia peruana de noticias, 2019).

La transformación digital es la integración de tecnología digital en todas las áreas de una empresa, cambiando fundamentalmente la forma en que opera y brinda valor a sus clientes. También supone un cambio cultural que requiere que las organizaciones desafíen constantemente. (Data, 2021) La transformación digital que vivimos en estos tiempos es el efecto de pasar de lo analógico a lo digital, y esta digitalización fue la fase preliminar que tuvo como efecto lo que hoy vivimos que es la “transformación digital”; pero hay que entender que esta transformación no sólo abarca la parte tecnológica sino también ha sido un efecto global para la economía y por ende para las sociedades del mundo. La Transformación Digital implica cambios

organizacionales radicales que obedecen a un plan estratégico digital corporativa.

En la actualidad las empresas de nuestro país se enfrentan a grandes desafíos, a nuevas formas de gestionar sus procesos, uno de ellos es la transformación digital, que obliga a las organizaciones a cambiar su modelo de negocio para ser más competitivo. Esto requiere de cambios en la cultura organizacional, en su estructura, procesos y funciones con enfoque al cliente. La emergencia sanitaria que vive el mundo originado por la pandemia de COVID19 aceleró la transformación digital en las organizaciones, lo que las obligó a responder de manera inmediata desarrollando e implementando soluciones digitales que aceleren todos sus procesos, y así mantener la continuidad de sus negocios.

7.5. Factor ecológico

Actualmente las empresas fabricantes están reguladas y supervisadas por organismos nacionales e internacionales, y autoridades competentes, que velan por el cuidado y protección del medio ambiente, que las empresas cumplan con prácticas más ecológicas, desde el uso de las materias primas y suministros hasta el producto final que sale para la venta. Esto invita a las empresas comerciales a ofrecer productos eco-amigables y de esta manera formar parte de esta cadena de valor para la humanidad.

También consideramos como factor influyente las condiciones climáticas, que afectan crucialmente la ejecución de las obras en los proyectos de construcción, y por ende disminuyendo la demanda de los productos relacionados con este sector.

7.6. Factor competitivo

Analizar a la competencia sobre lo que hacen bien y mal, brindará a la empresa la información necesaria que le permita definir su estrategia diferenciadora. Actualmente existe una competencia desleal, la que altera el mercado por un factor precio, muchas veces quitando valor a las marcas, con el único propósito de quitar ventas al competidor, es aquí donde las empresas afectadas buscan un respaldo sólido de los fabricantes a los que

se representa, y es así como se inicia un trabajo en conjunto, esto siempre y cuando se obtenga la información oportuna del comportamiento del mercado, a través de los canales de ventas.

8. FACTORES INTERNOS

Desarrollo de las cinco fuerzas de Porter

La empresa considera como competidores a las siguientes empresas:

- Distribuciones Olano S.A.C.
- Norplast S.R.L.
- Tubosistemas S.A.C.
- Ferronor S.A.C.
- La Casa del Aditivo S.A.C.
- López & Cía S.A.C.

Aspectos	Competidores	Corporación Bim S.A.C.
Poder de negociación de los clientes	En el mercado local la competencia es muy agresiva a nivel de precios en marcas reconocidas, por lo que los clientes deciden comprar a quien les ofrece obtener mayores beneficios económicos.	El poder de negociación es proporcional al volumen de compra y condición de pago, esto está muy sujeto a la categoría de cliente que se atienda.
Poder de negociación del proveedor	Existen competidores con la distribución de distintas marcas, su poder de negociación en algunos casos es muy fuerte, ya que	Muchas veces la empresa se ve presionada a realizar compras en volúmenes exorbitantes para poder conseguir la

	depende del volumen y frecuencia de compra, consiguiendo cumplir las metas que el proveedor asigna, gracias a que tienen más sucursales dentro de la región y país.	permanencia con la distribución o descuentos significativos que permitan asignar a los productos precios competitivos. Incluso llega a sobrepasar su capacidad de almacenamiento, generando mayores gastos.
Amenaza de nuevos competidores	En este mercado no existen barreras de entrada y salida, sin embargo, el nuevo competidor se sujeta a un tiempo de espera, ya que debe ganar confianza y respaldo frente a los fabricantes, para la distribución de sus productos y marcas.	En este mercado no existen barreras de entrada y salida, sin embargo, se sujeta a un tiempo de espera, ya que debe ganar confianza y respaldo frente a los fabricantes, para la distribución de sus productos y marcas.
Amenaza de productos sustitutos	La amenaza está marcada principalmente por la aparición de nuevas marcas con otros fabricantes, que cumplen con los estándares de calidad	La amenaza está marcada principalmente por la aparición de nuevas marcas con otros fabricantes, que cumplen con los estándares de calidad exigidos por norma, a

	exigidos por norma, a un menor precio, frente al producto que se distribuye, y del cual no se tiene la distribución.	un menor precio, frente al producto que se distribuye, y del cual no se tiene la distribución.

También podemos mencionar como un aspecto importante y diferenciador, la transformación digital, que se puede apreciar a las páginas web y redes sociales de competidores, éstas son más amigables y valoradas por el cliente, aunque a un no se llega a un significativo porcentaje diferenciador entre los competidores. La rivalidad entre los competidores es una amenaza de constante, que invita a la empresa a no bajar la guardia, sino, a buscar nuevas formas de hacer más atractiva la compra para el cliente.

9. Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
· Apalancamiento financiero · Distribuidor de marcas prestigiosas y confiables · Variedad de productos · Servicio de transporte para ventas puestas en obras o local del cliente · Alto compromiso del personal · Líneas de productos con garantía · Respaldo de proveedores fabricantes en el mercado nacional · Experiencia en el rubro	· Crecimiento del sector construcción · Ventas a través de nuevos canales, más accesibles al cliente · Introducción de nuevas líneas de productos
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
· Falta de planeamiento estratégico · Poca capacidad e infraestructura para el almacenamiento	· Incremento del tipo de cambio · Restricciones en las políticas de compras por parte de los

· Insatisfacción por parte del personal con el clima laboral · Incumplimiento de los procedimientos · Falta de claridad en las funciones y responsabilidades · Inexistencia de inducción y planes de capacitación · Ineficiente control de los inventarios · Falta de evaluación y control en la gestión · Inexistencia de catálogos de productos · Página web poco amigable con el cliente · Ausencia de planes de trabajo en cada área	fabricantes, debido a la crisis mundial · Competencia desleal · Ingreso de nuevos competidores · Ingreso de nuevas marcas · Desastres naturales y cambios climáticos · Restricciones sanitarias · Inestabilidad política

IMPLEMENTACIÓN Y DIRECCIÓN

10. Objetivos estratégicos

Para definir los objetivos estratégicos es importante hacer un análisis de lo descrito en la primera etapa de planeamiento y formulación, para esto el tablero de control integral (Balanced scorecard), es una gran herramienta de control estratégico, donde se describen y desarrollan cinco principios que son: trasladar la estrategia a términos operacionales, alinear a toda la organización hacia la estrategia, hacer que la estrategia se convierta en el trabajo de todos, hacer de la estrategia un trabajo continuo y movilizar al cambio desde el liderazgo por parte del personal directivo. La intención es conseguir que la estrategia sea implementada exitosamente con el apoyo del tablero de control

TABLERO DE CONTROL INTEGRAL				
PERSPECTIVA	**INDICADOR**	**OBJETIVO**	**META**	**ESTRATEGIA**
Finanzas	Rentabilidad	Incrementar la rentabilidad neta	8%	· Reducir gastos financieros · Optimizar el uso de recursos económicos
	Ventas	Incrementar las ventas	10%	· Abrir sucursal en Piura · Monitorear de manera frecuente las cotizaciones · Llamar diario una cantidad mínima de 5 clientes por vendedor, ofreciendo las promociones e informando nuevo stock o llegada de nuevos productos · Elaborar un programa de capacitaciones para mejorar los argumentos de venta · Diseñar el catálogo de productos · Mejorar la página web de la empresa
	Presupuestos	Elaborar un presupuesto y cumplirlo	100%	· Monitorear de manera frecuenta su avance e implementar acciones inmediatas frente a contingencias

Clientes	Número de clientes	Incrementar la cartera de clientes	5%	· Establecer nuevas rutas de visita de campo con promotores de las principales marcas
	Satisfacción del cliente	Conocer el grado de satisfacción del cliente e incrementarlo	10%	· Monitorear a diario los reclamos y su solución, para las acciones correctivas inmediatas · Aplicar una encuesta inmediata de “califica mi atención” en cada compra · Aplicar una encuesta de satisfacción del cliente a una muestra
Procesos internos	Inventarios	· Reducir las diferencias de inventario · Reducir los inventarios de baja rotación · Aprovechar al máximo la capacidad de almacenamiento	2% 5% 100%	· Elaborar un programa de inventarios recurrentes, según líneas y marcas de producto · Lanzar promociones de los productos de baja rotación o bonificarlos · Establecer los stocks mínimos y máximos de cada producto
	Compras	Reducir errores de registro de compras en sistema	0	· Emitir oportunamente las órdenes de compra

				· Validar con almacenero los ingresos por compras o devoluciones en el kardex
	Despacho	Reducir errores en despacho	1%	· Establecer área física en almacén para chequeo de productos que salen a reparto · Capacitación constante de los productos al personal de almacén
Aprendizaje y desarrollo	Inducción al personal	Establecer proceso de inducción y aplicar a todo el personal nuevo	100%	· Elaborar los perfiles de puesto, a través de un análisis de puesto
	Capacitación	Capacitar al personal en funciones, responsabilidades, procedimientos, políticas, líneas de comunicación y autoridad, y de sistema de seguridad y salud en el trabajo	100%	· Monitorear en forma constante el cumplimiento de los procedimientos y políticas internas · Brindar retroalimentación al personal a través de sus jefaturas inmediatas
	Productividad	Medir, conocer y establecer un incremento de la productividad	105%	· Dar a conocer los objetivos de cada área de trabajo

				· Monitorear los avances, brindar los recursos y herramientas necesarios al personal · Acompañar en su proceso de aprendizaje y desarrollo
	Clima organizacional	Mejorar el clima organizacional	95%	· Establecer la escala salarial según responsabilidades y competencias · Conocer los objetivos personales del trabajador · Promover el trabajo en equipo

EVALUACIÓN Y CONTROL

- Medir si la visión, misión y valores de la empresa han sido comunicados al personal, si ya son reconocidos y adheridos por parte de ellos en su quehacer diario dentro de la empresa.
- Los planes de trabajo se deben establecer por área, alineados a los objetivos organizacionales, previa revisión y entendimiento del cuadro de mando integral.
- Establecer los indicadores de gestión, que serán monitoreados en cada área para que sean medidos según los planes de trabajo establecidos previamente.

  Los indicadores de gestión deben cumplir con los siguientes elementos: índice, alcance, meta, responsable, forma de cálculo, unidad y periodicidad.
- .

Listo algunos de los indicadores de gestión propuestos por área

Logística

NOMBRE DEL INDICADOR	FÓRMULA DE INDICADOR
TASA DE INCREMENTO EN ROTACIÓN DE INVENTARIOS	$\left(\left(\frac{[Costos\ totales\ (N)]\ /\ [Stock\ promedio\ (N)]}{[Costos\ totales\ (N)]/[Stock\ promedio\ (N-1)]}\right) - 1\right) \times 100$
VOLUMEN DE COMPRA (PLAZO DE PAGO)	$\left(\frac{Valor\ de\ compra}{Total\ de\ ventas}\right) x\ 100$
VALOR ECONÓMICO DEL INVENTARIO	$\frac{Costo\ de\ ventas}{Valor\ de\ inventario} \times 100$
EMPLEADOS QUE CUMPLEN CON META DESPACHO	$\frac{N°\ de\ trabajadores\ que\ cumplen}{Total\ trabajadores} \times 100$
NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE DESPACHO	$\frac{Número\ de\ despachos\ cumplidos\ a\ tiempo}{Nro\ total\ despachos\ requeridos} \times 100$
PORCENTAJE DEVOLUCIONES DEL CLIENTE	$\frac{Número\ de\ pedidos\ con\ devolución}{Número\ total\ de\ pedidos} \times 100$

Ventas

NOMBRE DEL INDICADOR	FÓRMULA DE INDICADOR
PORCENTAJE DE COTIZACIONES SIN ATENDER	$\left(\frac{N° \ cotizaciones \sin atención}{Total \ de \ cotizaciones}\right) x \ 100$
TASA DE INCREMENTO EN LAS VENTAS	$\left(\frac{Total \ de \ ventas \ (N)}{Total \ de \ ventas \ (N-1)} - 1\right) x \ 100$
PORCENTAJE DE PEDIDOS PENDIENTES	$\left(\frac{N° \ Pedidos \ pendientes}{Total \ de \ pedidos}\right)$
CALIDAD DE LOS PEDIDOS GENERADOS	$\left(\frac{N° \ Pedidos \ generados \sin problema}{Total \ de \ pedidos \ generados} x \ 100\right)$

Finanzas

NOMBRE DEL INDICADOR	FÓRMULA DE INDICADOR
ENDEUDAMIENTO TOTAL	$\left(\frac{Total \ Pasivo}{Total \ Activo}\right) x \ 100$
RENTABILIDAD NETA	$\left(\frac{Utilidad \ Neta}{Ventas)}\right) x \ 100$
TASA DE VARIACIÓN DE LIQUIDEZ ÁCIDA	$\left(\frac{[Activo \ Corriente - Existencias(N)] \ / \ [Pasivo \ Corriente \ (N)]}{[Activo \ Corriente - Existencias(N-1)] \ / \ [Pasivo \ Corriente \ (N-1)]} - 1 \ x \ 100\right)$

Para cada indicador deberá elaborarse una ficha, tal como sigue:

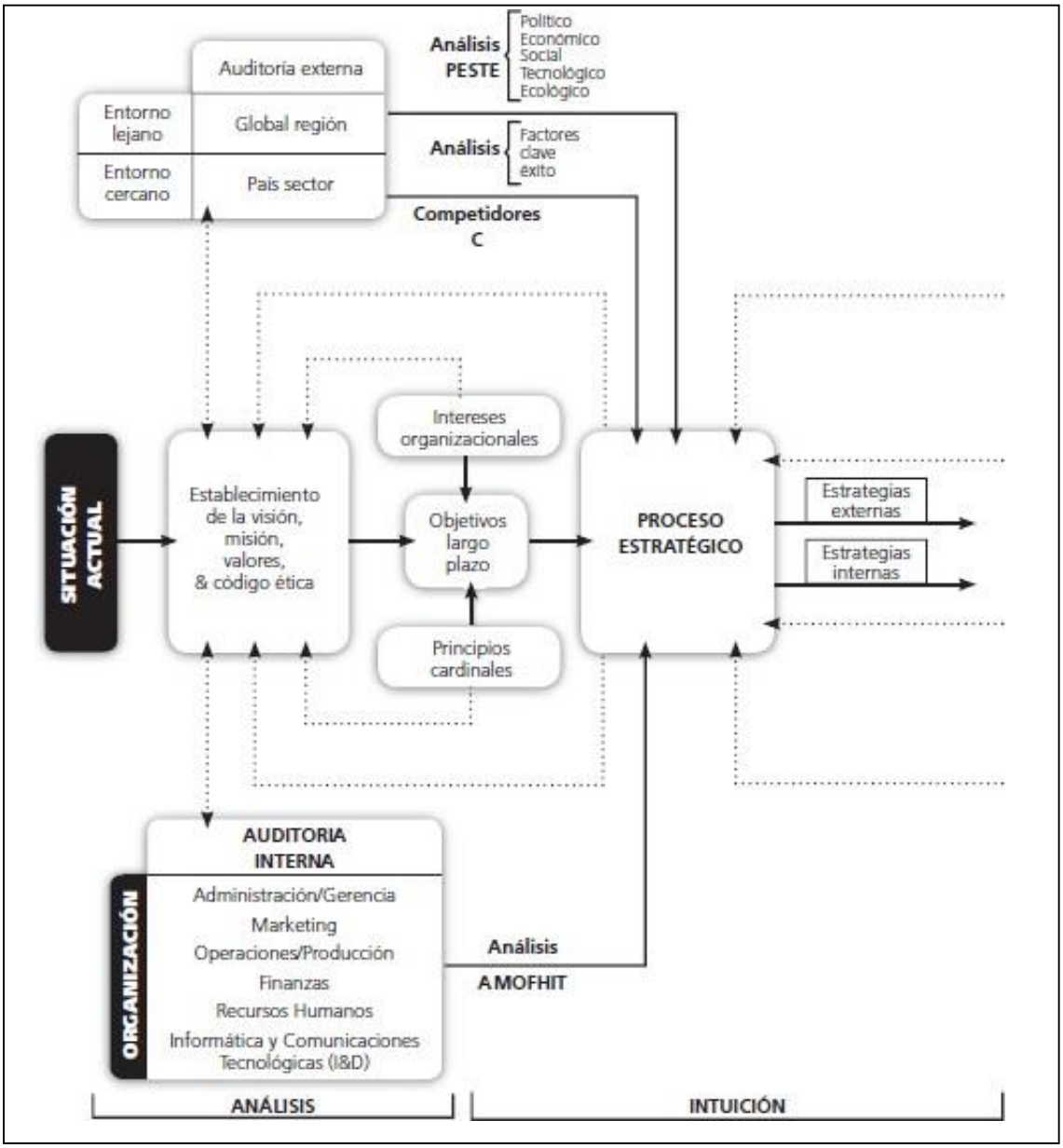
INDICADOR 1-LOGÍSTICA	
Nombre del indicador	***TASA DE INCREMENTO EN ROTACIÓN DE INVENTARIOS***
Objetivo	Aumentar la rotacion del inventario, para generar mayor liquidez.
Formula del indicador	$\left(\left(\frac{[Costos\ totales\ (N)]\ /\ [Stock\ promedio\ (N)]}{[Costos\ totales\ (N)]/[Stock\ promedio\ (N-1)]}\right) - 1\right) \times 100$
Fuente de datos	Reporte de Contabilidad
Responsable de la recolección	Contadora
Frecuencia de toma de datos	Mensual
Meta del indicador	Incrementar en 4% la tasa de rotacion de inventarios.
Información sobre la meta	Mientras más alto sea el ratio de rotación de inventarios, es más positivo para la empresa, lo que se traduce en un mayor nivel de ventas.
Sentido de alcanzar la meta	Ascendente
Responsable del cálculo	Contadora
Frecuencia de cálculo y análisis del indicador	Mensual
Responsable del análisis	Contadora y Administrador
Observaciones y recomendacione s pertinentes	Actualmente tiene un nivel bajo de rotación de inventarios, lo que implica un mayor costo en almacenamiento, incluso afecta las ventas, ya que hay menor espacio en almacén para productos de mayor rotación, los cuales llegan a quiebres de stock.

INDICADOR 2-CLIENTE	
Nombre del indicador	***COTIZACIONES SIN ATENDER***
Objetivo	Medir la efectividad de la gestión de los vendedores en cerrar una venta.
Formula del indicador	$\left(\frac{N° \ cotizaciones \sin atención}{Total \ de \ cotizaciones}\right) x \ 100$
Fuente de datos	Reporte de ventas
Responsable de la recolección	Vendedor
Frecuencia de toma de datos	Semanal
Meta del indicador	Reducir en un 20% el porcentaje de cotizaciones no atendidas.
Información sobre la meta	Esta meta, permitirá determinar cuota de cierre de ventas a los vendedores, con la finalidad de mejorar el indicador y lograr mayores ventas.
Sentido de alcanzar la meta	Descendente
Responsable del cálculo	Gerente Comercial
Frecuencia de cálculo y análisis del indicador	Semanal
Responsable del análisis	Gerente Comercial
Observaciones y recomendacione s pertinentes	Se observa que no existe un seguimiento constante por parte de los vendedores, incluso en gestionar de manera inmediata estrategias con al gerencia comercial, que permitan cerrar las ventas. Una adecuada política de seguimiento contribuirá de manera significativa el cierre.

INDICADOR 3-FINANCIERO	
Nombre del indicador	***LIQUIDEZ ÁCIDA***
Objetivo	Medir la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones, sin contar con la venta de sus existencias.
Formula del indicador	$\left(\frac{[Activo\ Corriente - Existencias(N)]\ /\ [Pasivo\ Corriente\ (N)]}{[Activo\ Corriente - Existencias(N-1)]\ /\ [Pasivo\ Corriente\ (N-1)]}\right) - 1 \quad x\ 100$
Fuente de datos	Reporte de Contabilidad
Responsable de la recolección	Contadora
Frecuencia de toma de datos	Mensual
Meta del indicador	Incrementar la tasa de variación al 50% progresivamente.
Información sobre la meta	El valor ideal de esta razón es que la empresa tenga 1 de 1 para cancelar sus obligaciones fuera de sus existencias, para contar con liquidez en caso de tener un decremento significativo en las ventas.
Sentido de alcanzar la meta	Ascendente
Responsable del cálculo	Contadora
Frecuencia de cálculo y análisis del indicador	Mensual
Responsable del análisis	Contadora
Observaciones y recomendaciones pertinentes	Se observa que el valor actual está crítico, muy por debajo del ideal, por lo tanto se recomienda un plan de acción inmediato, a través de estrategias de venta para bajar a la brevedad los inventarios.

Modelo del plan estratégico analizado

Modelo secuencial del proceso estratégico, según Fernando A. D'Alessio Ipinza



Anexo 12.

VALIDACIÓN DE PROPUESTA
PLAN ESTRATÉGICO PARA LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN CORPORACIÓN BIM S.A.C. – CHICLAYO

Como resultado de un riguroso análisis a la propuesta del plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo, cuyo detalle se encuentra en el Capítulo VIII de la Tesis, los suscritos VALIDAMOS este plan, al considerar que resulta viable para el cumplimiento del objetivo general de la investigación denominada **"Plan estratégico para la gestión empresarial en Corporación Bim S.A.C. – Chiclayo".**

Nombres y Apellidos del experto	**Ericka Julisa Suysuy Chambergo**	**Firma**
Grado Académico	Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad	Dra. Ericka J. Suysuy Chambergo REGUC 13374 - CLAD
Especialidad	Licenciada en Administración	
Cargo/Función	Docente Universitaria UCV	
Fecha de validación	21/07/2022	

Nombres y Apellidos del experto	**Sonia Magali Nuñez Puse**	**Firma**
Grado Académico	Maestro con mención en Docencia Universitaria y Gerencia Educativa	DNI N° 16788327
Especialidad	Licenciada en Administración de empresas	
Cargo/Función	Docente Universitaria UCV	
Fecha de validación	21/07/2022	

Nombres y Apellidos del experto	**Ericka Julisa Suysuy Chambergo**	**Firma**
Grado Académico	Magíster en Administración y Negocios	DNI N° 42125258
Especialidad	Licenciada en Administración de empresas	
Cargo/Función	Docente Universitaria USAT	
Fecha de validación	21/07/2022	