



UNIVERSIDAD NACIONAL DE BARRANCA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y FINANZAS

TESIS

EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN Y SU INCIDENCIA
EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES
DE LA PROVINCIA DE BARRANCA-2018

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

PRESENTADO POR:

Bachiller OLIVARES MOSTACERO, ALESSANDRA GRISELDA

Bachiller PÉREZ LLANOS, SAIDY ROKSANA

BARRANCA - PERÚ

AÑO 2023

EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA-2018

INFORME DE ORIGINALIDAD

28%

INDICE DE SIMILITUD

27%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

15%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	es.slideshare.net Fuente de internet	7%
2	repositorio.unab.edu.pe Fuente de internet	3%
3	Submitted to Universidad Nacional de Barranca Trabajo del estudiante	2%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de internet	2%
5	dobetter.esade.edu Fuente de internet	1%
6	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	1%
7	dspace.unl.edu.ec Fuente de internet	1%
8	hdl.handle.net	

CONTRACARÁTULA



Dr. Carlos Enrique Garcia Soto
Presidente



Mg. Tito Armando Jara Pajuelo
Miembro



Dr. José Cayetano Vergaray Huaman
Miembro



Dra. Magna Teodomira Valverde Mendoza
Asesora

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE BARRANCA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
Av. Toribio de Luzuriaga N° 376 Mz. J – La Florida - Barranca - Lima



Barranca, 24 de mayo del 2023

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Los integrantes del Jurado Evaluador:

Presidente : Dr. Carlos Enrique Garcia Soto
Miembro : Mg. Tito Armando Jara Pajuelo
Miembro : Dr. José Cayetano Vergaray Huaman
Asesora : Dra. Magna Teodomira Valverde Mendoza

Se reúnen para evaluar la sustentación de tesis titulada:

"EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA - 2018"

Presentado por las graduadas:

- Alessandra Griselda Olivares Mostacero
- Saily Roksana Perez Llanos

Para optar el Título Profesional de CONTADOR PÚBLICO

Luego de haber evaluado la sustentación de tesis, concluye en calificar a:

Apellidos y Nombres:			Nota:	
- Alessandra Griselda Olivares Mostacero - Saily Roksana Perez Llanos			14	
Sobresaliente ()	Muy bueno ()	Bueno (x)	Regular ()	Desaprobado ()

Los miembros del Jurado Evaluador firman en señal de conformidad

Dr. Carlos Enrique Garcia Soto
Presidente

Mg. Tito Armando Jara Pajuelo
Miembro

Dr. José Cayetano Vergaray Huaman
Miembro

Dra. Magna Teodomira Valverde Mendoza
Asesora

DEDICATORIA

Nuestra tesis es dedicada a Dios, por guiarnos por el buen camino, cuidarnos, darnos las fuerzas de seguir adelante.

A nuestros padres, hermanos por su apoyo incondicional, su amor, comprensión que fueron de gran importancia durante nuestra formación profesional y así poder lograr nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO

A nuestra Universidad Nacional de Barranca, por brindarnos la oportunidad de que seamos parte de ella, de formarnos, y así poder culminar nuestra carrera; por brindarnos el financiamiento para la elaboración de nuestra tesis.

A nuestra asesora Magna Teodomira Valverde Mendoza, por todo el apoyo, asesoramiento y su tiempo dedicado para concluir nuestra tesis.

A nuestros padres, hermanos por su gran apoyo durante todas nuestras etapas de la vida.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD (TESISTA 1)

Por el presente documento, yo OLIVARES MOSTACERO, ALESSANDRA GRISELDA identificada con DNI N° 77393542, egresado de la carrera de Contabilidad y Finanzas, informo que he elaborado la Tesis denominada “EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA-2018”, para optar el título profesional de Contador Público, declaro que toda la información presentada en la presente tesis es auténtica y veraz. Por lo tanto, asumo toda responsabilidad ante cualquier falsedad u omisión de documentos. Por ello, me someto a lo dispuesto en las normas académicas que dictamine la Universidad Nacional de Barranca.

Barranca, ____ de _____ de _____

.....

OLIVARES MOSTACERO ALESSANDRA GRISELDA

TESISTA

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD (TESISTA 2)

Por el presente documento, yo PÉREZ LLANOS SAIDY ROKSANA identificada con DNI N° 73504269, egresado de la carrera de Contabilidad y Finanzas, informo que he elaborado la Tesis denominada “EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA-2018”, para optar el título profesional de Contador Público, declaro que toda la información presentada en la presente tesis es auténtica y veraz. Por lo tanto, asumo toda responsabilidad ante cualquier falsedad u omisión de documentos. Por ello, me someto a lo dispuesto en las normas académicas que dictamine la Universidad Nacional de Barranca.

Barranca, ____ de _____ de _____

.....
PÉREZ LLANOS SAIDY ROKSANA

TESISTA

ÍNDICE

<i>CAPITULO I</i>	1
<i>INFORMACIÓN GENERAL</i>	1
1.1. Título	1
1.2. Autor	1
1.3. Asesor	1
1.4. Tipo de Investigación	1
1.5. Línea de Investigación de la Facultad y/o Universidad	1
1.6. Duración del proyecto	1
1.7. Localidad e Institución donde se ejecutará el proyecto.	1
<i>CAPITULO II</i>	2
<i>RESUMEN</i>	2
<i>ABSTRATC</i>	3
<i>CAPITULO III</i>	4
<i>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</i>	4
3.1 Situación del problema.	4
3.2. Formulación del problema	5
3.2.1. Problema general	5
3.2.2 Problema Específico	6
<i>CAPITULO IV</i>	7
<i>4.1 Justificación de la investigación</i>	7
Justificación teórica	7
Justificación practica	7
Justificación Metodológica	7
<i>CAPITULO V</i>	8
<i>ANTECEDENTES Y/O ESTADO DEL ARTE</i>	8
5.1. Antecedentes	8
5.1.1 Antecedentes internacionales	8
5.1.2 Antecedentes nacionales	9

<i>CAPITULO VI</i>	27
<i>HIPÓTESIS Y VARIABLES DE ESTUDIO</i>	27
6.1. HIPÓTESIS	27
6.1.1. Hipótesis general	27
6.1.2. Hipótesis específicas	27
Variable 2: Gestión Estratégica de las empresas comerciales.	28
Y.1 Nivel Estratégico	28
Y.2 Nivel Táctico	28
Y.3 Nivel Operativo	28
6.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	29
<i>CAPITULO VII</i>	30
<i>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</i>	30
7.1. Objetivo General	30
7.2. Objetivos específicos	30
<i>CAPITULO VIII</i>	31
<i>METODOLOGÍA</i>	31
8.1. Diseño Metodológico	31
8.2. Población y Muestra	32
8.3. Técnicas y Recopilación de datos	33
8.3.1. Técnica	33
<i>CAPITULO IX</i>	35
<i>CONSIDERACIONES ÉTICAS</i>	35
<i>CAPITULO X</i>	36
<i>RESULTADOS Y DISCUSION</i>	36
10.1.1. Análisis descriptivo de los resultados	36
<i>CAPITULO XI</i>	46
<i>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</i>	46

11.1. Conclusiones	46
<i>CAPITULO XII</i>	49
<i>CAPITULO XIII</i>	56
<i>ANEXOS</i>	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 área de ventas -----	36
Tabla 2 área de compras -----	36
Tabla 3 área de contabilidad-----	37
Tabla 4 área de almacén -----	37
Tabla 5 Nivel estratégico -----	37
Tabla 6 Nivel táctico -----	38
Tabla 7 Nivel operativo -----	38
Tabla 8 Evaluación de las áreas organizacionales -----	39
Tabla 9 Gestión estratégica-----	39
Tabla 10 Correlación entre la evaluación de las áreas de la organización y la gestión estratégica -----	40
Tabla 11 Correlación entre la evaluación del área de ventas y la gestión estratégica-----	41
Tabla 12 Correlación entre la evaluación del área de compras y la gestión estratégica-----	41
Tabla 13 Correlación entre la evaluación del área de contabilidad y la gestión estratégica-----	42
Tabla 14 Correlación entre la evaluación del área de almacén y la gestión estratégica-----	42

CAPITULO I

INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Título

Evaluación de las áreas de organización y su incidencia en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de barranca-2018.

1.2. Autor

Olivares Mostacero, Alessandra Griselda

Pérez Llanos, Saily Roksana

1.3. Asesor

Dr. Valverde Mendoza, Magna Teodomira

1.4. Tipo de Investigación

De acuerdo al fin que se persigue: Investigación Básica

De acuerdo a la técnica de contrastación: Investigación Descriptiva.

1.5. Línea de Investigación de la Facultad y/o Universidad

ÁREA	PROGRAMA	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Contabilidad y Finanzas	Recursos	Finanzas y sus aplicaciones

1.6. Duración del proyecto

12 meses

1.7. Localidad e Institución donde se ejecutará el proyecto.

El informe de tesis se realizó específicamente en las Empresas Comerciales (Mypes) de la Provincia de Barranca

CAPITULO II

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se ha realizado considerando los problemas que presentan las empresas comerciales de la provincia de Barranca respecto a sus evaluaciones de las áreas organizacionales ya que estos inciden en la gestión estratégica.

Según el objetivo general es determinar en qué medida la evaluación de las áreas de organización incide en el mejoramiento de la gestión estratégica de las empresas comerciales. Según la metodología utilizada la investigación es de tipo descriptiva – correlacional, enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal, como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario el cual fue validado por juicio de expertos y la confiabilidad se midió a través del estadígrafo del Alfa de Cronbach.

Como resultado se determinó la existencia de incidencia positiva alta entre la evaluación de las áreas de la organización y la gestión estratégica, esto significa que existe repercusión positiva, el cual se sustenta en la correlación de 0.701 y la significancia de 0.000, así mismo se percibe que para el 50% la evaluación de las áreas de la organización ésta en su nivel bajo y para el 60% la gestión estratégica ésta en un nivel bajo, entendiendo que ponen poco énfasis en realizar el diagnostico situacional de sus áreas de la empresa y de plantear actividades que les permita cumplir sus anhelos los cuales se plasma a través de la gestión estratégica.

.

Palabras clave: evaluación, áreas de organización, gestión estratégica.

ABSTRATC

This research work has been carried out considering the problems presented by commercial companies in the province of Barranca regarding their evaluations of the organizational areas since these affect strategic management.

According to the general objective, it is to determine to what extent the evaluation of the organizational areas affects the improvement of the strategic management of commercial companies. According to the methodology used, the research is descriptive - correlational, quantitative approach, non-experimental, cross-sectional design, the survey was used as a technique and the questionnaire was used as an instrument, which was validated by expert judgment and reliability was measured through the statistician. of Cronbach's Alpha.

As a result, the existence of a high positive incidence between the evaluation of the areas of the organization and the strategic management was determined, this means that there is a positive repercussion, which is based on the correlation of 0.701 and the significance of 0.000, likewise it is perceived that for 50% the evaluation of the areas of the organization is at its low level and for 60% the strategic management is at a low level, understanding that they place little emphasis on carrying out the situational diagnosis of their areas of the company and of propose activities that allow them to fulfill their desires which are reflected through strategic management.

Keywords: evaluation, organizational areas, strategic management

CAPITULO III

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

3.1 Situación del problema.

El problema a nivel internacional según *Negocios y Emprendimiento* (2022) explica que las economías en desarrollo y de manera especial la economía de Ecuador tiene problemas, el cual ésta relacionado con la escasez de recursos, sistemas imperfectos, falta de innovación tecnológica, es decir las empresas tienen debilidades en la gestión estratégica, no cuenta con capital social, *EC MEER* (2022) menciona que la *Corporación Andina de Fomento (CAF)*, explica que en la región se tiene que enfrentar el incremento de la demanda energética, pero que no tienen políticas claras para realizar análisis de los factores exógenos y factores endógenos que son importantes para conocer la situación del mercado adaptar las áreas de la empresa a las nuevas exigencias y realizar una nueva gestión estrategia que permita el cumplimiento de metas de las empresas.

A nivel nacional *Reyes* (2022) menciona que las empresas peruanas tienen dificultades para realizar su gestión estratégica que sea capaz de enfrentar los acontecimientos que se dan en el medio ambiente, lo que repercute de manera indirecta en la productividad y rendimiento, los problemas más recurrentes son las alarmas falsas, en el cual abandonan el seguimiento de problemas, dejar en suspenso los problemas que no son de gravedad porque su impacto no es de inmediato, no tomar en cuenta los problemas medianamente importante y los problemas importantes que de la solución de los mismos depende el éxito de la empresa, en la misma línea *enzyme* (2022) menciona que los problemas mas latentes de las empresas peruanas son la falta de relación entre estrategia y presupuesto, porque diseñan estrategias que no se adaptan a la capacidad real de la empresa, por lo que generalmente los planes fracasan; la falta de comunicación sobre la gestión empresarial esto se debe porque no aseguran los canales y métodos necesarios para comunicar los planes estratégicos; falta de comprensión en la gestión empresarial, por la falta de comprensión de las estrategias al recibir información poco clara entre las diferentes áreas de la empresa, existiendo la

descoordinación entre las áreas de la empresa; la falta de involucramiento de los mandos intermedios en la gestión empresarial, y no hacen el seguimiento a las estrategias planteadas para llegar procesos adecuados en cada área; así mismo Concha y Juscamaita (2019) a lo largo del tiempo las micro y pequeñas empresas (Mypes) han sido constituidas con mayor frecuencia, estas surgen de negocios familiares con pequeños capitales con el propósito de emprender y ser competitiva en el mercado. Estas empresas han ido creciendo sin tomar en cuenta una estructura organizacional, sin el análisis de la optimización y calidad en el uso de materiales, control de recursos humanos y técnicos;

El auge del comercio en Barranca, ha conllevado a la aparición de un gran número de pymes comerciales; estas empresas en la mayoría de los casos son netamente familiares en donde los propietarios de dichos establecimientos desempeñan las funciones administrativas, y presentan un gran déficit en cuanto a la organización de sus áreas, por lo que influyen sobre la gestión estratégica ya que no se cuenta con la información adecuada al momento de tomar decisiones.

Por lo tanto, la presente investigación, se enfocó en las micros y pequeñas empresas dedicadas al comercio, sector que presenta problemas en la evaluación de las áreas organizacionales y su incidencia en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de barranca-2018.

3.2. Formulación del problema

3.2.1. Problema general

¿En qué medida la evaluación de las áreas de organización incide en el mejoramiento de la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca-2018?

3.2.2 Problema Específico

1. ¿Cuál es la incidencia de la evaluación del área de ventas en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca?
2. ¿Cuál es la incidencia de la evaluación del área de compras en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca?
3. ¿Cuál es la incidencia de la evaluación del área de contabilidad en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca?
4. ¿Cuál es la incidencia de la evaluación del área de almacén en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca?

CAPITULO IV

4.1 Justificación de la investigación

Justificación teórica

El trabajo de investigación se justificó porque dio a conocer la evaluación de las actividades realizadas dentro de las áreas de las empresas comerciales, así se lograron identificar cuáles son sus deficiencias, sus fortalezas, sugerir nuevas teorías que generen nuevos conocimientos a los involucrados en la investigación.

Justificación practica

De acuerdo con los objetivos de estudio, los resultados nos involucran a buscar y dar soluciones concretas a los problemas de la evaluación de las áreas de la organización y su incidencia en la gestión estratégica de las Empresas Comerciales, por tanto, con estos resultados obtenidos nos brindó la posibilidad de plantear cambios y recomendaciones para una mejora en la gestión estratégica de las Entidades Comerciales.

Justificación Metodológica

El trabajo de investigación contó con instrumentos de recolección de datos metodología recientes; la investigación es de tipo correlacional, de acuerdo al fin que se persigue es básica, de acuerdo a la técnica de contrastación es descriptiva, el diseño es no experimental, y tiene un enfoque cuantitativo, se empleó la estadística para lograr conseguir la información necesaria, con la cual se ha obtenido resultados objetivos y claros

Justificación social

Los resultados obtenidos nos permitirán plantear recomendaciones, para procurar la mejora de las Mypes, con los cuales se logrará mejorar el desarrollo de las actividades de los colaboradores, teniendo como beneficiarios a los clientes porque obtendrán un producto de optima calidad y la sociedad porque se generará fuentes de empleo permanentes, dinamizando la economía.

CAPITULO V

ANTECEDENTES Y/O ESTADO DEL ARTE

5.1. Antecedentes

5.1.1 Antecedentes internacionales

Bastidas y Pérez (2019) en su tesis La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio, su objetivo planteado fue determinar la relación de la estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio, la investigación fue de alcance correlacional, diseño no experimental, transversal, las conclusiones fueron que se deben identificar los niveles jerárquicos y los procesos de cada departamento que permitan clarificar las funciones del personal, los cuales garanticen el desempeño organizacional del personal, estas acciones no se están dando en la actualidad porque existe dificultades en los procesos, funciones y relaciones.

Díaz (2022) en su tesis “La Gestión estratégica y la ventaja competitiva de la empresa “Pollos al Gusto Cía. Ltda.” de la provincia de Cotopaxi”, su objetivo planteado fue Determinar como la gestión estratégica incide en la ventaja competitiva de la empresa pollos al Gusto Cía. Ltda. de la provincia de Cotopaxi; la investigación fue básica, de nivel correlacional, diseño no experimental, transversal, concluyo que la gestión estratégica influye en la competitividad y genera ventaja competitiva, el cual permite mantener una posición estratégica, existen falencias en el manejo del potencial humano, de igual manera se identifico que no cuentan con una adecuada gestión estratégica lo cual influye negativamente en la productividad organizacional y la baja competitividad, el moderado posicionamiento de la organización en el mercado genera aspectos administrativos.

Pérez (2019) en su tesis Modelo de gestión estratégica y valoración empresarial aplicando los métodos de flujos descontados para la empresa Ingeniería y

Geosintéticos S.A; se planteó como objetivo determinar la relación entre el modelo de gestión estratégica y valoración empresarial aplicando los métodos de flujos descontados para la empresa Ingeniería y Geosintéticos S.A, la investigación fue básica, de alcance correlacional, de diseño no experimental, concluyo que la empresa solamente se ha mantenido en el mercado sin tener un crecimiento y rentabilidad, su desempeño laboral fue moderado y con trabajo empírico en el área de finanzas, para lo que explica que se debe desarrollar procesos financieros claros, precisos y oportunos a través del cuadro de mando integral.

Chacón, et al. (2018) en su tesis Gestión estratégica del Talento Humano en las Pymes de servicio de Comidas y Bebidas de Barranquilla, se planteó como objetivo determinar la Gestión estratégica del Talento Humano en las Pymes de servicio de Comidas y Bebidas de Barranquilla, la investigación fue básica, diseño no experimental, transversal, en los resultados se muestra que la gestión estratégica del potencial humano ésta en la categoría intermedia, concluyó que la categoría más utilizada es la del proceso del talento humano, seguido por el enfoque estratégico, la que presenta falencias es el modelo del talento humano, el cual dificulta el accionar de la organización.

5.1.2 Antecedentes nacionales

Torres (2018) en su tesis La gestión estratégica y su relación con la competitividad en las Mypes del Centro Comercial e Industrial Gamarra, se planteo como objetivo determinar la relación entre la gestión estratégica y la competitividad en las Mypes del Centro Comercial e Industrial Gamarra, la investigación fue básica de alcance correlacional, diseño no experimental, transversal, los resultados obtenidos fueron que las Mypes del Emporio de Gamarra debe implementar estrategias para mejorar sus procesos, esto se sustenta en que la gestión estratégica se relaciona significativamente con la competitividad en las Mypes del centro comercial de Gamarra.

Lainez y Limo (2021) en su tesis Factores determinantes de la Gestión Estratégica para la continuidad de empresas familiares - Pymes. Caso de estudio: CLB Consultores, se planteo como objetivo Identificar los factores determinantes de la gestión estratégica para la continuidad de una pyme familiar del sector consultoría jurídica tributario, la investigación fue básica, de nivel correlacional, diseño no experimental, transversal, concluyó que las empresas están en el mercado en un estado de supervivencia, son medios de ingresos de las personas, no tienen desarrollo sostenible, tienen adecuadamente definido sus objetivos a mediano como a largo plazo.

Martínez y Silva (2018) en su tesis Plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo, se planteo como objetivo Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa Celestial Touch – Chiclayo 2017, la investigación fue básica, de alcance correlacional, diseño no experimental, transversal, concluyó que la propuesta de un plan estratégico mejorara la gestión, esto se debe porque identifiqué que la empresa no tiene una buena gestión, solo desarrolla sus actividades en el día a día, de igual manera identifiqué que la empresa no contaba con buena gestión, los trabajadores no se sienten satisfechos con sus labores, no existe seguimiento a sus clientes para mantenerlos cautivos, lo que dificulta el desarrollo de la empresa.

Rocca (2018) en su tesis Propuesta de un modelo para la gestión estratégica de pedidos de gran volumen en asociaciones de Mypes de Calzado basados en la gestión por procesos, el objetivo fue establecer un modelo para la gestión estratégica de pedidos de gran volumen en asociaciones de Mypes de Calzado basados en la gestión por procesos, la investigación fue descriptiva, no experimental, transversal, concluyó que las Mypes no tienen respaldo suficiente y capacidad para operar en el mercado, porque es un sector precario, la mayoría de empresas son de subsistencia, por lo que es necesario aplicar la gestión por procesos, que permita aprovechar las oportunidades del mercado globalizado.

5.2. Bases teóricas

5.2.1 Evaluación de áreas de la organización

Ríos (s/f) señala que la evaluación organizacional es un sistema de diagnóstico organizacional vinculado a objetivos y vinculado a un modelo de intervención.

La evaluación organizacional es necesaria para planificar el desarrollo racional, la transformación, el crecimiento o la decadencia de cualquier organización. Todo esto nos obliga a evaluar diversos aspectos que consideramos necesarios para el normal desarrollo de la organización.

Sin embargo, definir el concepto de algo es a menudo una tarea difícil porque los diferentes autores no siempre están de acuerdo, pero existe algo que enfatizan los mismos elementos a nivel conceptual: la necesidad. La evaluación organizacional debe estar vinculada a un marco conceptual o modelo que sirva de guía, y los datos recopilados nos permite comprender la función y el alcance del nivel organizativo o de eficacia.

En resumen, la evaluación organizacional es un sistema de diagnóstico utilizado en organizaciones donde las evaluaciones deben hacer coincidir su diseño con el diseño de la intervención, en este caso, el diseño psicosocial.

Por otro lado, Espinosa-Moré (2013) nos dice que la evaluación organizacional se está convirtiendo en un aporte y una respuesta dinámicos a las decisiones de gestión, y las herramientas de evaluación también están cambiando. Las evaluaciones en áreas funcionales individuales ya no revelan la salud general de la organización.

La evaluación mide el grado de integración de la empresa como sistema, sirviendo para esclarecer las metas y objetivos de la organización, independientemente de que estén encaminados a la eficiencia, la eficacia, la supervivencia, la competitividad o el crecimiento de cualquier tipo de organización.

A. Área de ventas

Acosta, et al. (2018) nos dice que la organización del departamento de ventas implica objetivamente no sólo conocimientos sino también gestión. A menudo se distinguen dos grandes grupos de organizaciones de espacios comerciales: 1) organizaciones tradicionales y departamentos de ventas. Una vez más, la organización y la estructura dependen del tamaño y el alcance de la empresa, incluidos los recursos financieros para respaldar el tipo de organización elegido.

Los planes de compensación más comunes utilizados en las ventas son el pago directo por hora. Comisiones directas, bonos de desempeño, etc.

Por otra parte, Salesforce (2021) nos dice que el área ventas son el motor que determina la estrategia comercial de cualquier empresa. Además, es responsable de establecer la tasa de producción; evitar que la empresa tenga problemas financieros y asegurar la entrada a nuevos mercados.

El área de ventas es responsable de mantener una buena relación entre la empresa y sus clientes. Esto es gracias al gerente de ventas y al desarrollo de un sólido equipo de ventas, con vendedores motivados que quieren seguir aprendiendo y creciendo con la empresa.

Las funciones del departamento de ventas se extienden más allá de vender los productos o servicios de la empresa, ya que asumen tareas como la planificación, implementación y control de actividades para lograr el mejor desempeño de toda la empresa.

Rotación de ventas

Para Ruiz (2017) la rotación de ventas es una ratio que tiene una utilidad muy importante para el control de gestión, ya que nos da como resultado el número de veces en las que se ha renovado las existencias o en otras palabras el número de veces que se ejecutan las ventas en un periodo, este resultado permite saber la eficiencia que tiene la empresa en cuanto al volumen de ventas.

Nivel de atención brindada

Gómez (2016) enumera y explica los 5 niveles de servicio que se puede brindar al cliente:

Nivel 1: Criminal - En este nivel el cliente se vuelve detractor, o cliente negativo, ya que le presentas un servicio por debajo de cualquier expectativa, perdiendo credibilidad, decepcionándolo y espantando.

Nivel 2: Básico – Es el nivel mínimo de servicio que ofrece solo lo necesario, en este caso el cliente preferirá buscar opciones que le agradan más, debido al nulo interés que se le da al cliente.

Nivel 3: Esperado – Es un nivel que es aceptado por el cliente, siempre y cuando no exista uno mejor.

Nivel 4: Deseado – Este nivel es lo que desea el cliente y hace que recurran al servicio, pero es escaso. Aquí hace que los clientes sean fan de la marca, pero no lo promueve.

Nivel 5: Alucinante – Para el cliente este nivel es una sorpresa que lo satisface completamente superando cualquier expectativa. Aquí el cliente se vuelve promotor ya que cuenta su experiencia a las personas de su entorno.

B. Área de compras

Méndez et al. (2020) nos menciona en la tabla 3 “Metodología de adquisiciones”, que el área de compras se encarga de 4 procedimientos: a) Solicitar requerimientos de insumos, b) contactar con proveedores, c) seleccionar los proveedores, d) negociar y contratar y, e) supervisar los procedimientos para retroalimentación.

También nos menciona, que el área de compras tiene que establecer un registro de los proveedores con los que se ha tenido contacto para tener un marco referencial de las compras, y paralelamente se recomienda realizar una investigación sobre los proveedores potenciales que mejor satisfacen las necesidades de la organización.

Por último, señala que el personal del área de compras debe tener experiencia y habilidades, como el poder de negociación, pero también deben de tener presente los valores éticos como la honradez, la responsabilidad y el cumplimiento.

Según Sangri (2014) el área de compras tiene diversas actividades ejecutadas de manera organizada que dependen de otros departamentos, las cuales pueden ser el departamento de administración y el departamento de contabilidad, pero con la que tiene una mayor relación y coordinación, son con el departamento de producción, el departamento de mantenimiento y el área de almacén. Así mismo añade que las empresas comercializadoras de productos finales, tienen que comprar productos de alta calidad con mejores facilidades de pago. Y por último las actividades que realiza el área de compras tienen que estar más orientada a un servicio respetando las políticas y procesos de la propia empresa.

Verificación de compras

Escrivá et al. (2014) nos explica que en el ciclo de la compra se encuentran diversas fases, en la fase de la recepción de la compra, se realiza la inspección y recuento, para comprobar que la calidad y cantidad sean las mismas que se presenten en el pedido de la compra. Luego de esta verificación de la compra, se ingresará y ubicará en el almacén.

Proceso de compras

Según Requena (2014) el proceso de compra es la etapa de suministro o abastecimiento en cantidades necesarias de materiales, insumos y repuestos, a estos se les tiene que atribuir una buena calidad al mejor precio, y deben de estar disponibles en el lugar y momento requerido para su uso en las demás operaciones

C. Área de contabilidad

García (2017) nos dice que la contabilidad se puede definir como la ciencia que instruye a las entidades comerciales a conciliar y estructurar la composición cualitativa y cuantitativa de sus activos en los libros y registros correspondientes, así como las operaciones para ajustar, aumentar o disminuir estos activos.

De acuerdo con este concepto, el empleador confirmará el estado y la composición de su propiedad (propiedad estática) a través de la contabilidad y controlará su desarrollo (dinámica de la propiedad) mediante el mantenimiento de registros de datos adecuados, una técnica a menudo denominada "contabilidad".

Después de dividir el concepto, podemos describir la contabilidad en tres aspectos (dos materiales y uno formal):

Estática contable: El empresario debe preparar estados financieros periódicos que resuman la composición de su patrimonio y situación económica y financiera (lo que posee, a lo que tiene derecho y lo que debe). También lo son los resultados obtenidos (lo que se gana, lo que se pierde). Estos informes, a pesar de que la empresa se gestiona de forma continua, son como "fotografías" de la empresa que se suelen hacer anualmente. La contabilidad como ciencia nos enseña cómo hacer tales informes contables.

Dinámica contable: los activos de la empresa están siempre en movimiento: se venden, se compran, se pagan y cobran facturas, se incurre en costos, se generan ingresos... Todas estas dinámicas deben registrarse en el tiempo, día a día, presentarse según sea necesario. en cualquier momento, la situación general y financiera, así como los resultados obtenidos. La contabilidad como ciencia enseña cómo registrar eventos económicos que cambian activos, posiciones financieras y resultados.

Técnicas contables: todas estas transferencias de propiedad y estos informes periódicos requieren soporte físico para poder registrarlos; a veces será manual, a veces mecánica o electrónica... Pero de ninguna manera estas ayudas formarán los llamados "libros de contabilidad" sujetas a algunas formalidades legales ciertas que estudiaremos de vez en cuando y deben corresponder a lo que debe estar registrado en el mismo y cómo se debe hacer este registro.

El departamento de contabilidad es responsable de implementar y aplicar las políticas, reglamentos, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la eficacia y seguridad de los registros financieros y lograr las metas de la organización.

Por otra parte, Martínez (2018) nos señala que el departamento de contabilidad es responsable de implementar y aplicar las políticas, reglamentos, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la eficacia y seguridad de los registros financieros y lograr las metas de la organización. Tiene por objeto evaluar las operaciones y operaciones de la empresa, asegurando que la referida contabilidad se lleve utilizando documentos originales de soporte y soporte de conformidad con las leyes y reglamentos aplicables.

Gracias a la información contable, permite a los gerentes de determinación, medición, clasificación, registro, análisis y evaluación de todas las entidades y acciones de la entidad, pueden determinarse la buena intención. El departamento de contabilidad de la Compañía es el que le otorga la mayor contribución a la información, lo que significa que el compuesto financiero ayuda a comprender la información proporcionada por los estados financieros de la entidad, lo que significa el significado. La contabilidad del ministerio es muy importante, porque todas las demás partes ingresan a la empresa, porque es esencial porque permite que la empresa tenga conocimiento y control absolutos.

Registro de las operaciones

Euroinnova (2023) nos señala que el registro de operaciones se refiere a un método de control analítico utilizado en las empresas en varios niveles, con el propósito de llevar un registro detallado y ordenado de todas las actividades contables realizadas en un período de tiempo determinado. En otras palabras, es el documento que trata todos los datos relacionados con el flujo de caja en la empresa, incluyendo los cobros y egresos de caja y mercancías en general.

El objetivo de esto es tener una visión sólida y unificada dentro de la empresa del cliente, el producto que se les ofrece y lo que requiere el proveedor, de manera que se tenga clara la situación económica de la empresa. solo documento.

Coordinación con otras áreas

Marcó, et al. (2016) no dice que toda organización tiene áreas (departamentos, etc.) También son sistemas, es decir, sistemas compuestos por jerarquías inferiores (subsistemas). La coordinación e interacción entre las partes del sistema organizacional hace posible alcanzar indicadores que superan la suma de los indicadores de cada departamento considerado por separado. Se dice que tienen un comportamiento sinérgico donde el todo es mayor que la suma de sus partes. La coordinación se logra porque cada componente de la organización tiene información sobre cómo se comportan las otras áreas. Esta información sobre cómo se comportan los demás miembros de la organización o qué quieren producir, permite que cada individuo ajuste su comportamiento al de los demás miembros del departamento, produciendo así un comportamiento coordinado.

Brindar la información financiera

El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (2015) en El Marco Conceptual para la Información Financiera nos dice que el propósito de la información financiera de propósito general es proporcionar información financiera sobre la entidad que informa que será útil para los inversionistas, acreedores y otros acreedores actuales y potenciales en la toma de decisiones informadas con respecto a la provisión de recursos a la entidad. Estas decisiones, a su vez, incluyen decisiones sobre:

- (a) comprar, vender o dar servicio a instrumentos de capital y de deuda
- (b) concesión o cancelación de préstamos y otras formas de crédito
- (c) ejercer el derecho de voto o influir en las actividades de gestión que afecten al uso de los recursos económicos de la entidad.

Los estados financieros proporcionan información sobre los recursos económicos de la entidad que informa, los derechos de los acreedores en relación con la entidad que informa, el impacto de las transacciones y otros eventos y condiciones que cambian el intercambio de esos recursos y los derechos de los acreedores. (Esta información se conoce en el Marco Conceptual como información sobre eventos económicos.) Algunos estados financieros también contienen documentación que explica las expectativas y estrategias de la administración de la entidad que informa, así como categorías y otra información prospectiva.

Por ende, las empresas u organizaciones brindan su información financiera a los usuarios tanto acreedores como proveedores, ya que necesitan conocer si la empresa contará con el efectivo para cumplir con los compromisos de pago a corto y largo plazo, y sobre la capacidad de generar utilidades.

De igual forma, los usuarios de inversiones necesitan información contable porque quieren saber los beneficios futuros que recibirán si compran o mantienen un instrumento financiero o acciones.

D. Área de almacén.

Lara y Lung (2020) mencionan que el área de almacén tiene que garantizar el suministro puntual y constante de la materia prima, insumos o mercadería, es por eso que es la encargada de gestionar los subprocesos que se realizan en el espacio físico del almacén, las cuales son: la recepción, el almacenamiento y la distribución.

Gavinet (2014) describe al área de almacén como una parte fundamental de la cadena de logística, la cual genera un coste importante al negocio, ya que es el espacio físico donde se ubicará y permanecerá las mercancías o materiales necesarios hasta la distribución y entrega al cliente.

Toma de inventarios

Lozada (2019) señala que el propósito de realizar un control de inventario es saber qué está pasando en los almacenes y centros de distribución durante un cierto período de tiempo para que la información sea confiable.

Con una gestión de inventario eficaz, puede determinar cuántos artículos tiene, qué decisiones deben tomarse con respecto a las políticas de producción o eliminación, cómo rotar correctamente los productos y detectar o eliminar el robo de artículos, así como estimar la pérdida debido a artículos dañados.

Esta norma describe el método de contabilización de los inventarios y proporciona una guía práctica para determinar la cantidad a reconocer como un activo y luego diferir hasta que se reconozcan los ingresos correspondientes. Los inventarios se valúan a su precio de compra, incluidos todos los costos asociados con su adquisición y conversión, así como los costos asociados con la determinación de su ubicación actual, o al valor neto realizable, es el precio estimado de venta del bien. propiedad en el curso ordinario del negocio, menos los costos estimados para producirla y los costos necesarios para venderla.

Rotación de productos

Suarez & Cárdenas (2015) define a la rotación de inventario como una métrica que le permite saber la cantidad de veces que se toma el inventario durante un cierto período de tiempo. Determine el número de veces que el inventario se ha convertido en efectivo o en cuentas por cobrar (vendido).

La rotación de inventario se determina dividiendo el costo de los bienes vendidos durante un período determinado por el inventario promedio de ese período. $(\text{Costo de bienes vendidos} / \text{Inventario promedio}) = N \text{ veces}$.

Por otra parte, Rivera (2018) en su libro “Administración financiera en alimentos y bebidas” nos dice que se refiere a la cantidad de movimiento de inventario durante un período determinado y marca la pauta para controlar las compras y garantizar que se cumplan los objetivos.

En este sentido, es conveniente calcular la rotación de inventarios por concepto (alimentos, bebidas e insumos) y por familia para determinar a tiempo si algún bien tiene una rotación lenta o rápida.

5.2.2 Gestión estratégica

González (2017) nos dice que el adecuado desarrollo de esta etapa permite a la alta dirección conocer mejor su realidad y saber por dónde caminar para alcanzar su visión. También facilita la identificación de los cambios que tienen lugar en el entorno. Esta acción depende en gran medida de la capacidad y habilidad del gerente. Asimismo, el análisis estratégico utiliza métodos y herramientas para evaluar con precisión la situación estratégica. En este sentido, la dirección debe pensar en las oportunidades y amenazas presentes en un contexto volátil, determinar sus objetivos estratégicos y operativos, indicadores y valores planificados, para definir estrategias, implementarlas, controlarlas y monitorearlas para lograr el rumbo de la empresa.

La gestión estratégica no se limita al desarrollo funcional anual; deben hacerlo un ejercicio diario incorporando innovaciones estratégicas plasmadas en métodos, técnicas y herramientas; afecta la eficiencia, la eficacia, la productividad y la competitividad, especialmente en empresas con un alto componente logístico.

Así mismo, Rivero (2019) nos dice que la administración estratégica es el proceso de identificar y describir estrategias que los gerentes pueden usar para lograr un mejor desempeño y una ventaja competitiva para la empresa.

El proceso de gestión estratégica es el método por el cual los gerentes desarrollan e implementan una estrategia que puede conducir a una ventaja competitiva sostenible. Es una forma sistemática de llevar a cabo la planificación estratégica a través de la evaluación, el análisis, la formulación, la implementación y la evaluación de la estrategia.

La gestión estratégica proporciona una perspectiva más amplia a los empleados de la organización; esto les ayuda a comprender mejor cómo encaja su trabajo en el plan general de la organización y cómo se relaciona con otros miembros. Los empleados se vuelven más confiables, comprometidos y satisfechos; esto se debe a que pueden comprender cada misión de la organización.

Por otro lado, Ruiz (2015) nos dice que Michael E. Porter en su libro “*Competitive Strategy*” describió la estrategia competitiva como las acciones ofensivas o defensivas que realiza una empresa para crear una posición defendible en una industria, acciones que responden a cinco fuerzas competitivas que el autor ha identificado. La determinación es un factor que determina la naturaleza y el alcance de la competencia en torno a la empresa, y busca un resultado que sea un retorno de la inversión.

Los usuarios, tanto prestamistas como proveedores, necesitan saber si la empresa cuenta con suficiente efectivo para hacer frente a sus obligaciones de pago a corto y largo plazo, así como su capacidad para obtener beneficios.

Si bien cada empresa busca diferentes formas de lograr este resultado final, la pregunta es, para la empresa, su mejor estrategia debe reflejar el nivel de comprensión y acción de la empresa en el escenario de situaciones relacionadas. Porter ha identificado tres estrategias genéricas que se pueden usar individualmente o en combinación para crear una posición segura que superará a la competencia de la industria a largo plazo. Las tres estrategias generales son: Bajo costo total, diferencia, el enfoque.

Finalmente, Planellas (2019) nos habla del modelo cíclico de toma de decisiones estratégicas que propone un proceso de tres pasos: análisis, toma de decisiones e implementación.

Análisis: A través del análisis, desea comprender dónde está la organización, cuál es su posición estratégica.Cuál es el ambiente de la organización y sus capacidades internas. Trate de entender mejor lo que está afuera y adentro.

Toma de decisiones: Las estrategias son decisiones; Sin decisiones, no hay estrategia. Esta parte de la gestión estratégica se centra en la selección de estrategias. Debes crear alternativas, sopesar y decidir. Esto es parte del arte del gerente que puede crear una combinación única. Para establecer la dirección a seguir. Apuesta por el futuro.

Implementación: La decisión debe ser tomada. La ejecución es la parte final de la estrategia, algo que puedes ver y tocar. La cuestión es cómo pasar de la decisión a la realidad, implica recursos y personas, con la capacidad de hacer cambios para que las cosas sucedan.

El modelo de rueda de toma de decisiones estratégicas se basa en el supuesto de que todo proceso de planificación o gestión estratégica debe tener en cuenta la razón de ser de la organización.

A. Nivel estratégico

Vergara et al. (2013) nos menciona en el nivel estratégico se debe de tener una visión global del mercado, establecer objetivos a largo plazo, identificar las variables externas como las demandas y la creación de estrategias para que la organización se adapte a nuevos cambios.

Según Redacción APD (2023) en este nivel se tiene que comprender la visión de la empresa, es por eso que aquí se encuentra la dirección de la organización, el cual tiene como papel principal tomar decisiones para establecer las estrategias, los objetivos y las metas a cumplir.

Misión y visión

Para Barraza (2019) la misión se enfoca en que está haciendo la organización para el logro que quiere alcanzar en un tiempo determinado, por tal razón la misión tiene que dar una descripción de lo que hace, para dar un sentido en el presente y en el futuro a la directiva y a sus colaboradores.

Barraza (2019) menciona que mediante la visión da a conocer como le gustaría ver al mundo y que cambios quisiera en él, así mismo idealiza como sería la situación si hay una mejora en la vida de sus clientes, y también el tipo de organización quisiera ser; en otras palabras, la visión es la descripción de sus planes, sus clientes, del mundo y de sí misma.

Establecer metas y objetivos

Para Leigh (2014) los planes de negocios de las organizaciones tienen que establecer metas, ya sea para hacer medidas internas como el incremento de personal o medidas externas como el crecimiento, la rentabilidad y el mercado. Estas metas tienen que caracterizarse por ser específicas, realistas, importantes y sobre todo cuantificables.

Moreno (2013) nos menciona que establecer objetivos al momento de la creación de una empresa sirve como guía y fuente de motivación para los miembros y colaboradores, es por ello que es crucial establecerlos para los logros que se quieran alcanzar. Los objetivos de una empresa es aquel resultado que se plantea alcanzar en cualquier situación, y son la base esencial para tomar decisiones ante cualquier eventualidad, ya sea interna o externa y positiva o negativa.

Toma de decisiones

Rodríguez y Pinto (2018) definen a la toma de decisiones como una herramienta en la cual la máxima autoridad de una organización toma una decisión y efectúa una acción como respuesta a las oportunidades o problemas internos o externos. Dichas decisiones permiten dar ajustes y designar recursos de la organización para asegurar que los objetivos metas y estrategias no se vean afectadas y se puedan cumplir.

B. Nivel táctico

Vergara, et al. (2021) en su libro *“Perspectivas de la gestión académica en los tres niveles: estratégica, táctica y operativa para la formación de competencias en la gestión de enfermería en Argentina, Brasil, Chile y Colombia”* nos menciona que, a nivel de dirección táctica o técnica, existe un aspecto participativo que, es mucho más limitado en este caso y depende de la dirección estratégica de la organización. Este nivel cuenta con áreas o departamentos que se encargan de desarrollar una estrategia de primer nivel, lo logran desarrollando tácticas específicas, acciones

que inciden en los resultados esperados y forman parte de una o más estrategias del plan maestro, donde las metas son fijas y concretas accionables a lo largo del tiempo a mediano plazo en un período de uno a tres años y establece criterios de medición para evaluar los resultados.

Por otra parte, Serrano (2022) nos dice que el nivel táctico es también conocido como gestión empresarial de nivel medio, el nivel táctico de la gestión empresarial es responsable de la planificación detallada de los roles de cada departamento, con base en el logro de la meta general propuesta en el nivel de estrategia. Este nivel de control permite implementar una estrategia más general basada en planes específicos. Las tácticas se desarrollan en un período de uno a tres años y se establecen criterios de medición para evaluar el desempeño.

En este nivel de gestión empresarial se encuentran los líderes y mandos intermedios de la empresa.

La función principal del nivel táctico en la gestión empresarial es vincular otros niveles organizacionales (estratégico y operativo) en la empresa.

Sus otras funciones son:

- Implementar planes operativos basados en los objetivos organizacionales de la empresa.
- Defina metas a nivel estratégico que se alineen con la estrategia de su división, división o unidad de negocios.
- Contribuir a una sana conciliación entre los niveles estratégico y operativo para alinear el desempeño con los objetivos.
- Inspirar y guiar a los gerentes de operaciones para mejorar el desempeño y lograr objetivos a través de procesos más eficientes.
- Reaccione a los cambios de inmediato a medida que la alta gerencia ajusta los objetivos o implementa una cadena de innovación.

Planes estratégicos

Cusi (s/f) en su libro *“La elaboración del plan estratégico”* nos dice que un plan estratégico es un documento que resume la situación actual y futura de una empresa a nivel económico, financiero, estratégico y organizacional. Se deben considerar todas las áreas de la empresa, incluidos estos tres niveles. También debe presentarlos para investigar y determinar la estrategia que se aplicará a las variables que como empresa podemos controlar y para anticipar la evolución de las variables externas que inevitablemente se derivan del crecimiento de la empresa.

Por lo cual, debemos ser capaces de diseñar el futuro de la empresa y, lo que es más importante, comunicar estas pautas, compararlas y persuadir a otros agentes para que interactúen con la organización en el camino hacia el éxito.

Análisis FODA

Según Sarli et al. (2015) el análisis FODA es una herramienta sencilla que nos permite obtener una perspectiva global de la organización, ya que se trata de una evaluación interna de la organización para identificar los factores débiles y fuertes, y así mismo, una evaluación de la situación externa de la misma, mediante el análisis de las oportunidades y amenazas.

C. Nivel operativo

Para Vergara et al. (2013) en el caso educativo, en el nivel operativo se encuentran los docentes aplicando estrategias didácticas y pedagógicas, por ello en este nivel es donde se crearán planes enfocadas al corto plazo, la cual tendrá una duración de meses y se orientara a actividades específicas que tendrán relación en lo planteado a nivel estratégico y táctico.

Redacción APD (2023) menciona que en este nivel se ejecutan actividades de corto plazo, en la cual están presentes todos los colaboradores que realizarán las acciones que fueron incluidas en el nivel táctico.

Ejecución de actividades

Quirante (s/f) Define a la ejecución, como la implementación de un conjunto de actividades y tareas para lograr el producto del proyecto y lograr buenos resultados de acuerdo con los objetivos establecidos. Intenta asegurar que las actividades y tareas se den en un orden lógico y especificar de manera específica y precisa qué actividades se van a realizar, así como las diferentes tareas en las que se dividirá las actividades.

Por ende, se tiene que especificar las actividades y tareas a realizar, indicar la fecha de inicio y definición de cada actividad; así como la cantidad y calidad de los recursos necesarios (mano de obra, servicios, equipos, dinero, bienes, etc.) y definir los métodos y técnicas que se utilizarán para realizar diversas actividades.

Capacitación del personal

Machuca (2017) nos define a la capacitación de personal como una inversión a largo plazo, uno de los rendimientos más altos que puede obtener una organización. Si a una empresa la hacen sus empleados, también lo es su formación; incluso cuando los empleados tienen grandes habilidades, si no están capacitados, son como diamantes en bruto que deben pulirse para mostrar su verdadero valor. Por ende, la capacitación del personal nos permite afrontar nuevos retos que marcan continuamente nuevas tendencias tecnológicas, ayudando a las organizaciones a ser más competitivas.

Clima laboral

Atiquipa & Sánchez (2017) define al clima laboral como a los espacios donde las personas trabajan a diario, las interacciones entre los empleados y las relaciones que existen entre ellos y los empleadores institucionales. Uno de los factores más importantes para el desarrollo de un buen clima laboral es el grado de motivación existente, ya que la presencia de un clima favorable hará felices a los miembros de la organización, mientras que su ausencia terminará siendo contraproducente.

CAPITULO VI

HIPÓTESIS Y VARIABLES DE ESTUDIO

6.1. HIPÓTESIS

6.1.1. Hipótesis general

La evaluación de las áreas de organización incide en el mejoramiento de la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca-2018.

6.1.2. Hipótesis específicas

1. La evaluación del área de ventas incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca
2. La evaluación del área de compras incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca
3. La evaluación del área de contabilidad incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca
4. La evaluación del área de almacén incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca

6.2. VARIABLES DE ESTUDIO

Variable 1: Evaluación de las áreas de organización

Dimensiones

X.1 Área de Ventas

X.2 Área de Compras

X.3 Área de Contabilidad

X.4 Área de Almacén

Variable 2: Gestión Estratégica de las empresas comerciales.

Y.1 Nivel Estratégico

Y.2 Nivel Táctico

Y.3 Nivel Operativo

6.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN	Según (Gonzales, 2015) menciona que cada área es de gran importancia y fundamental dentro de la organización, ya que para poder lograr las metas u objetivos trazados se programaron, plantearon previamente cada actividad asignada a cada departamento.	En el nivel de información de cómo actúan las diferentes áreas de la organización a través de análisis de sus procesos y actividades.	ÁREA DE VENTAS	<ul style="list-style-type: none"> Rotación de ventas. Nivel de atención brindada.
			ÁREA DE COMPRAS	<ul style="list-style-type: none"> Verificación de compras. Proceso de compras
			ÁREA DE CONTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> Registro de las operaciones. Coordinación con otras áreas. Brindar la Información Financiera.
			AREA DE ALMACEN	<ul style="list-style-type: none"> Toma de inventarios Rotación de productos
GESTIÓN ESTRATÉGICA	(Marciniak, 2012) menciona que “menciona que son procedimientos donde se busca, planea, e implementan estrategias en un periodo a largo plazo se debe supervisar de manera continua ya que de estas dependerá que la empresa siga en marcha y siga creciendo durante todo este tiempo”.	Es la cuantificación de los objetivos de las organizaciones, el desarrollo de políticas y planes para alcanzados, los sus objetivos y los recursos asignados para implementar esas políticas y planes.	NIVEL ESTRATÉGICO	<ul style="list-style-type: none"> Misión y Visión Establecer metas y Objetivos. Toma de decisiones
			NIVEL TÁCTICO	<ul style="list-style-type: none"> Planes estratégicos Análisis FODA
			NIVEL OPERATIVO	<ul style="list-style-type: none"> Ejecución de actividades. Capacitación del Personal. Clima Laboral

CAPITULO VII

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

7.1. Objetivo General

Determinar en qué medida la evaluación de las áreas de organización incide en el mejoramiento de la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca-2018.

7.2. Objetivos específicos

1. Explicar la incidencia de la evaluación del área de ventas en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca
2. Conocer la incidencia de la evaluación del área de compras en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca
3. Analizar la incidencia de la evaluación del área de contabilidad en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca
4. Explicar la incidencia de la evaluación del área de almacén en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca

CAPITULO VIII

METODOLOGÍA

8.1. Diseño Metodológico

8.1.1. Tipo

De acuerdo a Tamayo (1999) la investigación es de tipo correlacional, nos mencionan que es el nivel que existe de la relación que se da entre dos o más variables, para poder concretar este tipo de estudio antes se busca medir las variables para así aplicando las pruebas de hipótesis correlacionales que se encuentran acompañadas de técnicas estadísticas, se lograra estimar la correlación.

De acuerdo a Sampieri (2010) la Investigación es Básica, “un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos y fenómenos, relaciones y leyes de un determinado ámbito de la realidad.

De acuerdo a la técnica de contrastación la Investigación es Descriptiva, “esta investigación tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del problema en cuestión” Malhotra (1997)

8.1.2. Diseño

El Diseño de la presente investigación es no experimental.

De acuerdo a Kerlinger y Lee (2002) afirma “la investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables”.

8.1.3. Enfoque

La investigación es un enfoque cuantitativo, se va a emplear la estadística para lograr conseguir la información necesaria que requiere en la investigación y con un diseño no experimental de toque transversal.

8.2. Población y Muestra

8.2.1. Población.

Según (Lerma, 2009) define que es la agrupación de varios elementos de la misma especie que tienen en común una característica específica de los cuales sus elementos serán estudiados en cuanto las características y relación que se dan en ellos.

Delimitamos nuestra población el cual está conformado por las empresas comerciales (sector abarrotes, agroquímicos , ferretería) del distrito de Barranca.

8.2.2. Muestra

Según Lerma (2009) define “es un pequeño grupo tomado del todo que es la población, desde los datos obtenidos de las variables obtenidos de ella (estadísticos), se calculan los valores estimados de esas mismas variables para la población.”

La muestra de nuestro estudio ha sido establecida recurriendo al muestreo no probabilístico, el muestreo por conveniencia se tomó la decisión de trabajar con las empresas comerciales del distrito de Barranca:

Considerando los siguientes criterios de inclusión:

- a) Está conformada por las Mypes comerciales del distrito de Barranca.
- b) Está conformada por las Mypes comerciales que tienen mínimo con 3 trabajadores.
- c) Está conformada por las Mypes comerciales que tienen establecido mínimo las áreas principales en función a nuestro tema de investigación.

Los criterios de exclusión corresponden a las características de los sujetos que pueden interferir con la calidad de los datos o la interpretación de los resultados como: MYPES comerciales que tienen 1 solo trabajador, no tienen establecidas sus áreas.

Por lo tanto, nuestra muestra está conformada por un total de 20 Administradores, Gerentes o Dueños de las Mypes comerciales del distrito de Barranca.

8.3. Técnicas y Recopilación de datos

8.3.1. Técnica

Encuesta

La técnica utilizada es la encuesta, con la cual se ha obtenido información acerca de las variables objeto de estudio.

8.3.2. Instrumento

Cuestionario.

Según Corral (2010) citado en Sierra (1994), nos dicen que es un documento en el cual se plantearan preguntas, ítems relacionados a problemas de nuestra investigación, el cual será llevado a cabo aplicando a un subconjunto de la población.

8.3.3. Validación y confiabilidad del instrumento

Validación

Variable 1: Evaluación de las Áreas de Organización

La validación del instrumento de la variable Evaluación de las áreas de la organización, fue por el juicio de expertos resultando una validez optima y se aplicó para obtener la información

Variable 2: Gestión Estratégica

La validación del instrumento de la variable Gestión estratégica fue por el juicio de expertos resultando una validez optima y se aplicó para obtener la información

Confiabilidad

Variable 1: Evaluación de las Áreas de Organización

La confiabilidad del instrumento según el estadígrafo del Alfa de Cronbach aplicado a la variable Evaluación de las áreas de organización, se ha obtenido como resultado 0.862, teniendo una alta confiabilidad.

Variable 2: Gestión Estratégica

La confiabilidad del instrumento según el estadígrafo del Alfa de Cronbach aplicado a la variable gestión estratégica, se ha obtenido como resultado 0.901, teniendo una alta confiabilidad.

8.4.TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE DATOS

Para analizar las variables de la investigación en forma individual, se uso el Software SPSS Versión 25, se aplicó los estadígrafos descriptivos e inferenciales. Con la cual se obtuvieron las tablas descriptivas e inferenciales.

CAPITULO IX

CONSIDERACIONES ÉTICAS

La presente investigación está fundamentada y es confiable por lo que contó con el conocimiento aportado de asesores expertos en la investigación, referencia de conocimientos generados por la ciencia siempre resaltando sus autores, la protección de derechos de autor.

A la población de la presente investigación se le brindo información necesaria de acuerdo a los objetivos de estudio, además primo la confidencialidad de la información obtenida, siendo de manera anónima.

CAPITULO X
RESULTADOS Y DISCUSION

10.1. RESULTADOS

10.1.1. Análisis descriptivo de los resultados

Tabla 1

Área de ventas de las empresas comerciales

Descripción	F	%
Alto	3	15.0%
Medio	6	30.0%
Bajo	11	55.0%
Total	20	100.0%

Interpretación:

En la tabla 1 se percibe que las actividades en el área de ventas de las empresas comerciales se están dando en un nivel bajo de acuerdo a la opinión del 55% y solamente el 15% opina que se esta dando en un nivel alto.

Tabla 2

Área de compras de las empresas comerciales

Descripción	F	%
Alto	5	25.0%
Medio	6	30.0%
Bajo	9	45.0%
Total	20	100.0%

Interpretación:

En la tabla 2 se percibe que las actividades en el área de compras de las empresas comerciales se están dando en un nivel bajo de acuerdo a la opinión del 45% y solamente el 25% opina que se está dando en un nivel alto.

Tabla 3***Área de contabilidad de las empresas comerciales***

Descripción	F	%
Alto	3	15.0%
Medio	5	25.0%
Bajo	12	60.0%
Total	20	100.0%

Interpretación:

En la tabla 3 se percibe que las actividades en el área de contabilidad de las empresas comerciales se están dando en un nivel bajo de acuerdo a la opinión del 60% y solamente el 15% opina que se está dando en un nivel alto.

Tabla 4***Área de almacén de las empresas comerciales***

Descripción	F	%
Alto	2	10.0%
Medio	4	20.0%
Bajo	14	70.0%
Total	20	100.0%

Interpretación:

En la tabla 4 se percibe que las actividades en el área de almacén de las empresas comerciales se están dando en un nivel bajo de acuerdo a la opinión del 70% y solamente el 10% opina que se está dando en un nivel alto.

Tabla 5***Nivel estratégico de las empresas comerciales***

Descripción	F	%
Alto	1	5.0%
Medio	4	20.0%
Bajo	15	75.0%
Total	20	100.0%

Interpretación:

En la tabla 5 se percibe que el nivel estratégico de las empresas comerciales se está dando en un nivel bajo de acuerdo a la opinión del 75% y solamente el 5% opina que se está dando en un nivel alto.

Tabla 6***Nivel táctico de las empresas comerciales***

Descripción	F	%
Alto	3	15.0%
Medio	6	30.0%
Bajo	11	55.0%
Total	20	100.0%

Interpretación:

En la tabla 6 se percibe que el nivel táctico de las empresas comerciales se está dando en un nivel bajo de acuerdo a la opinión del 55% y solamente el 15% opina que se está dando en un nivel alto.

Tabla 7***Nivel operativo de las empresas comerciales***

Descripción	F	%
Alto	5	25.0%
Medio	3	15.0%
Bajo	12	60.0%
Total	20	100.0%

Interpretación:

En la tabla 7 se percibe que el nivel operativo de las empresas comerciales se está dando en un nivel bajo de acuerdo a la opinión del 60% y solamente el 25% opina que se está dando en un nivel alto.

Tabla 8***Evaluación de las áreas de organización de las empresas comerciales***

Descripción	f	%
Alto	7	35.0%
Medio	3	15.0%
Bajo	10	50.0%
Total	20	100.0%

Interpretación:

En la tabla 8 se percibe que la evaluación de las áreas de organización de las empresas comerciales se está dando en un nivel bajo de acuerdo a la opinión del 50% y solamente el 35% opina que se está dando en un nivel alto.

Tabla 9***Gestión estratégica en las empresas comerciales***

Descripción	f	%
Alto	5	25.0%
Medio	3	15.0%
Bajo	12	60.0%
Total	20	100.0%

Interpretación:

En la tabla 9 se percibe que la gestión estratégica de las empresas comerciales se está dando en un nivel bajo de acuerdo a la opinión del 60% y solamente el 25% opina que se está dando en un nivel alto.

10.1.2. Prueba de Hipótesis**Hipótesis general**

H1. La evaluación de las áreas de organización incide en el mejoramiento de la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca-2018.

Ho. La evaluación de las áreas de organización no incide en el mejoramiento de la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca-2018.

Tabla 10

Correlación entre la evaluación de las áreas de organización con la gestión estratégica.

Correlación de Sperman		Gestión estratégica	
Evaluación de las áreas de organización	Coefficiente de correlación	de	,701**
	Sig (bilateral)		,000
	N		20

Interpretación:

La tabla 10, se percibe que existe correlación positiva optima entre la evaluación de las áreas de organización y la gestión estratégica, el cual se evidencia en el coeficiente de correlación de ,701 y la significancia de ,000, por lo que se decidió aceptar la hipótesis H1 rechazar la hipótesis Ho.

Hipótesis específica 1

H1. La evaluación del área de ventas incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.

Ho. La evaluación del área de ventas no incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.

Tabla 11

Correlación entre la evaluación del área de ventas y la gestión estratégica.

Correlación de Sperman		Gestión estratégica	
Evaluación del área de ventas	Coefficiente de correlación	de	,610**
	Sig (bilateral)		,002
	N		20

Interpretación:

La tabla 11, se percibe que existe correlación positiva optima entre la evaluación del área de ventas y la gestión estratégica, el cual se evidencia en el coeficiente

de correlación de ,610 y la significancia de ,002, por lo que se decidió aceptar la hipótesis H1 rechazar la hipótesis Ho.

Hipótesis específica 2

H1. La evaluación del área de compras incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.

Ho. La evaluación del área de compras no incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.

Tabla 12

Correlación entre la evaluación del área de compras y la gestión estratégica.

Correlación de Sperman		Gestión estratégica	
Evaluación del área de compras	Coefficiente de correlación	de	,502**
	Sig (bilateral)		,000
	N		20

Interpretación:

La tabla 12, se percibe que existe correlación positiva media entre la evaluación del área de compras y la gestión estratégica, el cual se evidencia en el coeficiente de correlación de ,502 y la significancia de ,000, por lo que se decidió aceptar la hipótesis H1 rechazar la hipótesis Ho.

Hipótesis específica 3

H1. La evaluación del área de contabilidad incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.

Ho. La evaluación del área de contabilidad no incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.

Tabla 13

Correlación entre la evaluación del área de contabilidad y la gestión estratégica.

Correlación de Spermán		Gestión estratégica	
Evaluación del área de contabilidad	Coefficiente de correlación	de	,301**
	Sig (bilateral)		,003
	N		20

Interpretación:

La tabla 13, se percibe que existe correlación positiva baja entre la evaluación del área de contabilidad y la gestión estratégica, el cual se evidencia en el coeficiente de correlación de ,301 y la significancia de ,003, por lo que se decidió aceptar la hipótesis H1 rechazar la hipótesis Ho.

Hipótesis específica 4

H1. La evaluación del área de almacén incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.

Ho. La evaluación del área de almacén no incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.

Tabla 14

Correlación entre la evaluación del área de almacén y la gestión estratégica.

Correlación de Spermán		Gestión estratégica	
Evaluación del área de almacén	Coefficiente de correlación	de	,358**
	Sig (bilateral)		,000
	N		20

Interpretación:

La tabla 14, se percibe que existe correlación positiva baja entre la evaluación del área de almacén y la gestión estratégica, el cual se evidencia en el coeficiente

de correlación de ,358 y la significancia de ,000, por lo que se decidió aceptar la hipótesis H1 rechazar la hipótesis Ho.

10.2. Discusión

Determinar en qué medida la evaluación de las áreas de organización incide en el mejoramiento de la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca-2018.

Según los resultados obtenidos a través de la correlación de Rho de Sperman en la cual tenemos como coeficiente 0.701, y la significancia de 0.000, se percibe que existe correlación entre la evaluación de las áreas de la organización y el mejoramiento de la gestión estratégica, lo que significa que una adecuada evaluación de las áreas de la organización repercute de manera positiva en el mejoramiento de la gestión estratégica, los resultados se muestran en la tabla 10; así mismo en la tabla 8 se muestra que para el 50% de los investigados la evaluación de las áreas de la organización es de nivel bajo; y el 60% de los investigados opinan que la gestión estratégica esta en su nivel bajo los resultados se muestran en la tabla 9; lo anteriormente mencionado coinciden en parte con Bastidas y Pérez (2019) menciona que se deben identificar los niveles jerárquicos y los procesos de cada departamento que permitan clarificar las funciones del personal, los cuales garanticen el desempeño organizacional del personal, estas acciones no se están dando en la actualidad porque existe dificultades en los procesos, funciones y relaciones.

Explicar la incidencia de la evaluación del área de ventas en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.

Según los resultados obtenidos a través de la correlación de Rho de Sperman en la cual tenemos como coeficiente 0.601, y la significancia de 0.000, se percibe que existe correlación entre la evaluación del área de ventas y el mejoramiento de la gestión estratégica, lo que significa que una adecuada evaluación del área de ventas repercute de manera positiva en el mejoramiento de la gestión estratégica, los resultados se muestran en la tabla 11; así mismo en la tabla 1 se

muestra que para el 55% de los investigados la evaluación del área de ventas es de nivel bajo; lo anteriormente mencionado coinciden en parte con Díaz (2022) quien concluyo que la gestión estratégica influye en la competitividad y genera ventaja competitiva, el cual permite mantener una posición estratégica, existen falencias en el manejo del potencial humano, de igual manera se identificó que no cuentan con una adecuada gestión estratégica lo cual influye negativamente en la productividad organizacional y la baja competitividad, el moderado posicionamiento de la organización en el mercado genera aspectos administrativos.

Conocer la incidencia de la evaluación del área de compras en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca

Según los resultados obtenidos a través de la correlación de Rho de Spearman en la cual tenemos como coeficiente 0.502, y la significancia de 0.000, se percibe que existe correlación entre la evaluación del área de compras y el mejoramiento de la gestión estratégica, lo que significa que una adecuada evaluación del área de compras repercute de manera positiva en el mejoramiento de la gestión estratégica, los resultados se muestran en la tabla 12; así mismo en la tabla 2 se muestra que para el 45% de los investigados la evaluación del área de compras es de nivel bajo; lo anteriormente mencionado coinciden en parte con Pérez (2019) quien expresa que la empresa solamente se ha mantenido en el mercado sin tener un crecimiento y rentabilidad, su desempeño laboral fue moderado y con trabajo empírico en el área de finanzas, para lo que explica que se debe desarrollar procesos financieros claros, precisos y oportunos a través del cuadro de mando integral.

Analizar la incidencia de la evaluación del área de contabilidad en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca

Según los resultados obtenidos a través de la correlación de Rho de Spearman en la cual tenemos como coeficiente 0.301, y la significancia de 0.003, se percibe que existe correlación entre la evaluación del área de contabilidad y el mejoramiento de la gestión estratégica, lo que significa que una adecuada evaluación del área de compras no necesariamente repercute de manera positiva

en el mejoramiento de la gestión estratégica, por lo que abrían otros factores que estarían incidiendo en la gestión estratégica, los resultados se muestran en la tabla 13; así mismo en la tabla 3 se muestra que para el 60% de los investigados la evaluación del área de contabilidad es de nivel bajo; lo anteriormente mencionado coinciden en parte con Chacón, et al. (2018) quien menciona que la categoría más utilizada es la del proceso del talento humano, seguido por el enfoque estratégico, la que presenta falencias es el modelo del talento humano, el cual dificulta el accionar de la organización en procesos relacionados con la contabilidad y la gestión estratégica.

Explicar la incidencia de la evaluación del área de almacén en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca

Según los resultados obtenidos a través de la correlación de Rho de Spearman en la cual tenemos como coeficiente 0.358, y la significancia de 0.000, se percibe que existe correlación entre la evaluación del área de almacén y el mejoramiento de la gestión estratégica, lo que significa que una adecuada evaluación del área de almacén no necesariamente repercute de manera positiva en el mejoramiento de la gestión estratégica, por lo que abrían otros factores que estarían incidiendo en la gestión estratégica, los resultados se muestran en la tabla 14; así mismo en la tabla 4 se muestra que para el 70% de los investigados la evaluación del área de almacén es de nivel bajo; lo anteriormente mencionado coinciden en parte con Torres (2018) explica que las Mypes del Emporio de Gamarra debe implementar estrategias para mejorar sus procesos, esto se sustenta en que la gestión estratégica se relaciona significativamente con la competitividad en las Mypes del centro comercial de Gamarra, y el adecuado manejo de sus almacenes.

CAPITULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1. Conclusiones

Primera conclusión, se determino la existencia de incidencia positiva alta entre la evaluación de las áreas de la organización y la gestión estratégica, esto significa que existe repercusión positiva, el cual se sustenta en la correlación de 0.701 y la significancia de 0.000, así mismo se percibe que para el 50% la evaluación de las áreas de la organización ésta en su nivel bajo y para el 60% la gestión estratégica ésta en un nivel bajo, entendiendo que ponen poco énfasis en realizar el diagnostico situacional de sus áreas de la empresa y de plantear actividades que les permita cumplir sus anhelos los cuales se plasma a través de la gestión estratégica.

Segunda conclusión existe incidencia positiva alta entre la evaluación de las áreas de ventas y la gestión estratégica, esto significa que existe repercusión positiva, el cual se sustenta en la correlación de 0.601 y la significancia de 0.000, así mismo se percibe que para el 55% la evaluación de las áreas de ventas ésta en su nivel bajo, entendiendo que no realizan acciones que permita el accionar de las áreas de ventas y se logre la satisfacción del cliente de manera óptima.

Tercera conclusión existe incidencia positiva media entre la evaluación de las áreas de compras y la gestión estratégica, esto significa que no necesariamente la evaluación del área de compras repercute en la gestión estratégica por lo que existiría otros factores que tienen incidencia, se sustenta en la correlación de 0.502 y la significancia de 0.000, así mismo se percibe que para el 45% la evaluación de las áreas de compras ésta en su nivel bajo, entendiendo que no realizan acciones que permita el desarrollo eficiente del área de compras.

Cuarta conclusión existe incidencia positiva baja entre la evaluación de las áreas de contabilidad y la gestión estratégica, esto significa que no necesariamente la evaluación del área de compras repercute en la gestión estratégica por lo que existiría otros factores que tienen incidencia, se sustenta en la correlación de 0.301 y la significancia de 0.003, así mismo se percibe que para el 60% la evaluación de las áreas

de contabilidad ésta en su nivel bajo, entendiendo que no realizan acciones que permita el desarrollo eficiente del área de contabilidad.

Quinta conclusión existe incidencia positiva baja entre la evaluación de las áreas de almacén y la gestión estratégica, esto significa que no necesariamente la evaluación del área de almacén repercute en la gestión estratégica por lo que existiría otros factores que tienen incidencia, se sustenta en la correlación de 0.358 y la significancia de 0.000, así mismo se percibe que para el 70% la evaluación de las áreas de almacén ésta en su nivel bajo, entendiendo que no realizan acciones que permita el desarrollo eficiente del área de almacén.

11.2. Recomendación

Primero. Se sugiere a los dueños, gerentes o administradores seguir evaluando las diferentes áreas de su empresa y adecuar los procesos que permitan responder a las exigencias del mercado, de igual manera realizar un análisis minucioso de las políticas establecidas en su organización, en los diferentes niveles de la organización ya sean estratégicos, tácticos y operacionales, esto les permitirá unificar criterios y tomas de decisiones acertadas.

Segundo. Se debe establecer procesos y métodos estandarizados que permita realizar el control detallado de la rotación de materiales, insumos y mercaderías; así mismo capacitar al personal en técnicas de ventas que permitan una adecuada atención a los clientes; estas acciones contribuirán en el cumplimiento de la misión y visión de las empresas comerciales.

Tercero. Optimizar los procesos en el área de compras que permita controlar el ingreso de las mercaderías en cantidad y calidad adecuada, de tal manera que se establezcan procesos diferentes para productos diferentes las cuales pueden estar diferenciados por productos perecibles o no perecibles, el buen manejo de los productos permitirá la oferta de productos de calidad.

Cuarto. A los encargados del área contable es necesario optimizar y sistematizar los registros de operaciones, realizar el registro en coordinación con otras áreas, brindar

información oportuna a los gerentes o dueños, las cuales les permitirá tomar decisiones acertadas y a tiempo.

Quinto. Los encargados de almacén deben tener el registro actualizado de los productos en los cuales deben utilizar el método PEPS. UEPS, o promedio ponderado, con el cual se realizará el control minucioso y detallado de todos los productos de acuerdo con su naturaleza.

CAPITULO XII

Referencias bibliográficas

- Atiquipa Peña, L. O., & Jaimes León., F. J. (2017). *Clima laboral en relación al desempeño laboral en el Centro Materno Infantil Dr. Enrique Martin Altuna. Puente Piedra.2015. Peru. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14257/Atiquipa_PLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y*
- Acosta Véliz, M., Salas Narváez, L., Jiménez Cercado, M., & Guerra Tejada, A. (2018). *LA ADMINISTRACION DE VENTAS* (Primera ed.). ALCOY: Área de Innovación y Desarrollo, S.L. doi:<http://dx.doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2017.34>
- Barraza, H. J. (26 de Enero de 2019). *Importancia de la Visión y Misión dentro de las organizaciones. Obtenido de Scalahed: https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25317w/M1DPI106_S2_Cual_es_la_diferencia_entre.pdf*
- Bastidas, V. G., & Pérez, E. N. (2019). *La estructura organizacional y su relación con la calidad de servicio en centros de educación inicial. Tesis de Grado, Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6233/1/T2664-MAE-Bastidas-La%20estructura.pdf>*
- Chacón, H. C., Ramírez, R., & Payares, K. (2018). *Gestión estatégica del Talento Humano en las Pymes de servicio de Comidas y Bebidas de Barranquilla. Trabajo para obtener el título en Administración de Empresas, Universidad de la Costa, Barranquilla - Colombia. Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/2745/1045715947.pdf?sequence=2&isAllowed=y>*
- Cusi, C. L. (s.f). *LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATEGICO*. Altair Consultores. Obtenido de https://www.academia.edu/33336407/LIBRO_PLAN ESTRATEGICO
- Concha, Y., & Juscamaita, L. (2019). Auditoria administrativa y su aplicabilidad en las Mypes del Perú. *Revista Lidera*, 75,76. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/16944>

- Corral, Y. (Julio de 2010). Diseño de cuestionarios. *Revista ciencias de la educación*, 20, 168. Recuperado el 30 de abril de 2019, de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n36/art08.pdf>
- Díaz, M. V. (2022). *La gestión estratégica y la ventaja competitiva de la empresa Pollos de Gusta Cía Ltda de la provincia de Cotopaxi*. Tesis para optar el título de Licenciado de Empresas, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35589/1/713%20OE.pdf>
- EC MEER. (2022). *El nuevo sector eléctrico ecuatoriano. Ministerio de Electricidad y Energía Renovable*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/gyagual/presentacion-cambio-de-matriz-energica-1>.
- enzyme. (2022). Gestión empresarial: 4 problemas comunes. *enzyme*. Obtenido de <https://enzyme.biz/blog/gestion-empresarial>
- Escrivá Monzó, J., Savall Llido, V., & Martínez García, Alicia. (2014). *Gestión de Compras*. Madrid. Obtenido de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448193601.pdf>
- Espinosa-Moré, S. (12 de 2013). *La evaluación integral de empresas*. Obtenido de La evaluación integral de empresas.: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362013000300010
- Euroinnova. (2023). *que es el registro de operaciones*. Obtenido de que es el registro de operaciones: <https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-el-registro-de-operaciones#:~:text=especializados%20en%20Contabilidad-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20registro%20de%20operaciones%3F,un%20determinado%20periodo%20de%20tiempo>.
- Redacción APD. (05 de Enero de 2023). *3 niveles de gestión empresarial: estratégico, táctico y operativo*. Obtenido de APD: <https://www.apd.es/niveles-gestion-empresarial/>
- Suárez Gallegos, G. G., & Cárdenas Miranda, P. D. (09 de 2017). *La rotación de los inventarios y su incidencia en el flujo de efectivo*. Obtenido de la rotación de

- los inventarios y su incidencia en el flujo de efectivo:
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25760w/Rec/Suarez_S3.pdf
- García, J. O. (2017). *Contabilidad general*. Barcelona: Deusto. Obtenido de <https://www.marcialpons.es/media/pdf/9788423427574.pdf>
- Gómez, D. (25 de Marzo de 2016). *Los 5 niveles de servicio y la consecuente reacción del cliente*. Obtenido de BLOG BIEN PENSADO: <https://bienpensado.com/5-niveles-de-servicio/>
- González, M. J. (10 de 07 de 2017). *Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia*. Obtenido de Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia : <https://www.revistaespacios.com/a17v38n51/a17v38n51p20.pdf>
- Gonzales, N. (17 de julio de 2015). *Gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/areas-funcionales-de-una-empresa/>
- Lainez, B. M., & Limo, S. (2021). *Factores determinantes de la Gestión Estratégica para la continuidad de empresas familiares - Pymes. Caso de estudio: CLB Consultores*. Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Gestión, Universidad Católica del Perú, Lima - Perú. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/21591/LAINEZ_GUEVARA_LIMO_ALEJOS_Lic.1%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lerma. (2009). *Metodología de la investigación. Propuesta, anteproyecto y proyecto* (CUARTA ed.). BOGOTA: ECOE EDICIONES.
- Lara Tiravanti, C. V., & Lung Jhusey, A. (Marzo de 2020). Trabajo de mejora del almacén en una empresa comercializadora de equipos industriales: Aptein S.A.C. Lima. Obtenido de <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/11658>

- Leigh, A. (8 de Enero de 2014). *¿Por qué es importante establecer metas en una organización?* Obtenido de La Voz: <https://pyme.lavoztx.com/por-qu-es-importante-establecer-metas-en-una-organizacin-13222.html>
- Lozada, E. G. (15 de 01 de 2019). *Importancia de la gestión de inventario en las empresas.* Obtenido de importancia de la gestión de inventario en las empresas: <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/143/184>
- Marciniak, R. (30 de septiembre de 2012). *El Blog.* Obtenido de El Blog: <https://renatamarciniak.wordpress.com/2012/09/30/definicion-y-proceso-de-gestion-estrategica/>
- Moreno. (12 de AGOSTO de 2013). *blogspot.com.* Recuperado el 22 de mayo de 2019, de [blogspot.com: http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/disenos-no-experimentales.html](http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/disenos-no-experimentales.html)
- Machuca, M. R. (2017). *“Propuesta Estratégica para la Implementación del Servicio de Capacitación en el Colegio de Economistas de Cajamarca”.* Cajamarca. Obtenido de https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/927/T016_70173459_T.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marcó, F., Loguzzo, H. A., & Fedi, J. L. (2016). *Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones.* Universidad Nacional Arturo Jauretche. Obtenido de <https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp-content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf>
- Méndez Matovelle, A. F., Quevedo Barros, M. R., Carangui Velecela, P. A., & Jácome Ortega, M. J. (15 de Agosto de 2020). *Gestión de compras como estrategia competitiva de las organizaciones.* Quito, Quito, Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7608913>
- Negocios y Emprendimiento. (02 de 10 de 2022). *La gestión estratégica de las empresas ecuatorianas. Indoamérica.* Obtenido de <https://blog.indoamerica.edu.ec/negocios-y-emprendimiento/la-gestion-estrategica-de-las-empresas-ecuatorianas/>
- Pérez, A. D. (2019). *Modelo de gestión estratégica y valoración empresarial aplicando los métodos de flujos descontados para la empresa Ingeniería y Geosintéticos S.A.* Universidad Central del Ecuador, Ecuador. Obtenido de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17382/1/T-UCE-0005-ADM-005-P.pdf>

- Planellas, M. (21 de 11 de 2019). *3 etapas clave para tomar decisiones estratégicas*. Obtenido de 3 etapas clave para tomar decisiones estratégicas: <https://dobetter.esade.edu/es/decisiones-estrategicas#:~:text=Para%20dar%20respuesta%20a%20estos,%3A%20an%C3%A1lisis%20decisi%C3%B3n%20e%20implementaci%C3%B3n>.
- Quirante, F. P. (s.f.). *Planificación y elaboración de proyectos*. Obtenido de Planificación y elaboración de proyectos : <http://agora.ceem.org.es/wp-content/uploads/documentos/proyectos/manualproyectos.pdf>
- Reyes, R. (2022). La gestión del problema estaratégico. *Pacifico Universidad*. Obtenido de <https://pacificouniversidad.mx/blog/2022/06/01/la-gestion-del-problema-estrategico/#:~:text=Un%20problema%20estrat%C3%A9gico%20se%20define,en%20su%20productividad%20y%20rendimiento>.
- Rocca, J. N. (2018). *Propuesta de un modelo para la gestión estratégica de pedidos de gran volumen en asociaciones de Mypes de Calzado basados en la gestión por procesos*. Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/346655/Tesis%20Rocca%20-%20Acevedo.pdf?sequence=1>
- Torres, D. R. (2018). *La gestión estratégica y su relación con la competitividad en las Mypes del Centro Comercial e Industrial Gamarra*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad San Ignacio de Loyola, Perú. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/3c84ead7-4068-46cf-beda-94df5885cfd0/content>
- Requena Guevara, C. A. (2014). *Gestión de compras y abastecimiento*. Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5988>
- Ríos, M. F. (s.f.). *La evaluación organizacional*. Obtenido de La evaluación organizacional: <https://journals.copmadrid.org/jwop/files/1985/vol1/arti2.htm>
- Rivera, L. M. (2018). *Administración financiera en Alimentos y bebidas*. Porrúa. Obtenido de La rotación de inventarios:

<https://luismanuelrivera.wordpress.com/2018/06/19/la-rotacion-de-inventarios/>

Rivero, J. (19 de 10 de 2019). *Gestión Estratégica: Definición, etapas y para qué sirve*.

Obtenido de Gestión Estratégica: Definición, etapas y para qué sirve: <https://neetwork.com/gestion-estrategica/>

Rodríguez, C., & Pinto, M. (Abril de 2018). Modelo de uso de información para la

toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/tinf/a/LHnv8vL7bN5GFcsmrb98qqM/?lang=es>

Ruiz Abarca, P. A. (2017). Indicadores financieros básicos como herramienta para la eficaz toma de decisiones y su impacto en el desarrollo empresarial. Machala,

El oro, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/10210>

Ruiz, L. E. (2015). *Las Estrategias Competitivas Genéricas de Porter*. Obtenido de

Las Estrategias Competitivas Genéricas de Porter: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc057.htm>

SALESFORCE LATINOAMÉRICA. (15 de 06 de 2021). *Departamento de Ventas:*

Cuáles son sus funciones. Obtenido de Departamento de Ventas: Cuáles son sus funciones: <https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/06/departamento-de-ventas-cuales-son-sus-funciones.html#:~:text=El%20C3%A1rea%20de%20ventas%20es,se%20expanda%20a%20nuevos%20mercados.>

Sangri Coral, A. (2014). *Administración de compras: Adquisiciones y abastecimiento*.

Mexico: Grupo Editorial Patria, S.A. DE C.V.

Sarli, R. R., González, S. I., & Ayres, N. (2015). Análisis foda. Una herramienta necesaria. Obtenido de

https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/7320/sarlirfo-912015.pdf

Serrano, S. (24 de 10 de 2022). *Niveles de gestión empresarial: ¿cuáles son y por qué*

hay que diferenciarlos? Obtenido de Niveles de gestión empresarial: ¿cuáles

son y por qué hay que diferenciarlos?:

<https://www.crehana.com/pt/blog/gestion-talento/niveles-gestion-empresarial/>

Vergara Escobar, O. J., Silva Galleguillos, A. G., Riegel, F., Rubin Unicovsky, M. A., Reimundo Acosta, E. G., Rodriguez, L. F., & Castiblanco-Alfonso, N. C. (30 de Agosto de 2021). Perspectivas de la gestión académica en los tres niveles: estratégica, táctica y operativa para la formación de competencias en la gestión de enfermería en Argentina, Brasil, Chile y Colombia. doi:10.37885/210705547

CAPITULO XIII
ANEXOS

ANEXO N° 1 - MATRÍZ DE CONSISTENCIA

EVALUACION DE LAS AREAS DE ORGANIZACION Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION ESTRATEGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA-2018

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	
¿En qué medida la evaluación de las áreas de organización incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca-2018?	Determinar en qué medida la evaluación de las áreas de organización incide la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca-2018.	La evaluación de las áreas de organización incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca-2018.	EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN	I. ÁREA DE VENTAS	1. Rotación de ventas. 2. Nivel de atención brindada.	
				II. ÁREA DE COMPRAS	1. Verificación de compra 2. Proceso de compras	
				III. ÁREA DE CONTABILIDAD	1. Registro de las operaciones. 2. Coordinación con otras áreas. 3. Brindar la Información Financiera.	
				IV. ÁREA DE ALMACEN	1. Toma de inventarios. 2. Rotación de productos	
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	
¿Cuál es la incidencia de la evaluación del área de ventas en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca?	Explicar la incidencia de la evaluación del área de ventas en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.	La evaluación del área de ventas incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.	GESTIÓN ESTRATÉGICA	I. NIVEL ESTRATÉGICO.	1. Misión y Visión 2. Establecer metas y Objetivos 3. Toma de decisiones	
¿Cuál es la incidencia de la evaluación del área de compras en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca?	Conocer la incidencia de la evaluación del área de compras en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.	La evaluación del área de compras incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.			II. NIVEL TACTICO.	1. Planes estratégicos 2. Análisis FODA.
¿Cuál es la incidencia de la evaluación del área de contabilidad en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca?	Analizar la incidencia de la evaluación del área de contabilidad en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.	La evaluación del área de contabilidad incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.				III. NIVEL OPERATIVO
¿Cuál es la incidencia de la evaluación del área de almacén en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca?	Explicar la incidencia de la evaluación del área de almacén en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.	La evaluación del área de almacén incide en la gestión estratégica de las empresas comerciales de la provincia de Barranca.				

ANEXO N° 2

DECLARACIÓN DEL CONSENTIMIENTO

Yo, participante con DNI: en base a lo expuesto en el presente documento, acepto voluntariamente participar en la investigación “EVALUACION DE LAS AREAS DE ORGANIZACION Y SU INCIDENCIA EN LA GESTION ESTRATEGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA-2018”, de los investigadores responsables: Olivares Mostacero, Alessandra Griselda y Pérez llanos, Saily Roksana. He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de mi participación. Reconozco que la información que provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio. He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar al investigador responsable y en caso sienta que mis derechos fueron vulnerados podré contactarme con el Comité de Ética para la Investigación de la Universidad Nacional de Barranca (cepi@unab.edu.pe). Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al Investigador Olivares Mostacero, Alessandra Griselda, del proyecto al correo electrónico aolivaresm132@unab.edu.pe, o al celular 969802183, o a la Investigadora Pérez llanos, Saily Roksana al correo electrónico sperezl132@unab.edu.pe.

Barranca, de de

ANEXO N° 3

ENCUESTA

OBJETIVO:

El presente instrumento tiene la finalidad de recoger información sobre la **“EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA – 2018”**.

Instrucciones

Estimado(a) colaborador, le pedimos que sea sincero en sus respuestas, lea atentamente y marque solo una de las opciones:

“EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN”			
N°	ITEMS	SI	NO
1	¿Se conoce el número de veces que se ejecuta las ventas en un periodo?		
2	¿Se tiene variedad de productos y se brinda buena atención al cliente?		
3	¿En el área de recepción de la compra se realiza la inspección y recuento de los productos?		
4	¿Se compra la cantidad necesaria de materiales, insumos para el funcionamiento del negocio?		
5	¿Se lleva el registro detallado y ordenado de todas las actividades contables?		
6	¿Se realiza las coordinaciones entre todas las áreas de la empresa?		

7	¿Se proporciona información financiera a todas las áreas que lo soliciten?		
8	¿La toma inventarios se realiza en forma permanente?		
9	¿Se conoce las veces que se toman inventarios en la empresa?		
10	¿El control de las compras se realiza de manera permanente?		
“GESTIÓN ESTRATÉGICA”			
N°	ITEMS	SI	NO
11	¿Se define de manera adecuada la visión de la empresa?		
12	¿Se define de manera adecuada la misión de la empresa?		
13	¿Se establecen de manera adecuada las metas de la empresa?		
14	¿Se establece de manera adecuada los objetivos de la empresa?		
15	¿Se da la libertad a los colaboradores para que tomen sus decisiones en función a su problemática?		
16	Se realiza el análisis interno de la empresa		
17	¿Se realiza el análisis del entorno en donde está operando la empresa?		
18	¿Se ejecutan las actividades en el tiempo establecido?		
19	¿Se capacita de manera permanente al personal?		
20	¿En la empresa se fomenta el buen clima organizacional?		

ANEXO N° 4

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

A continuación, se presentan los resultados de la validación del instrumento de 5 jueces expertos.

OPINION:

A= Dejar (4) B= Modificar (3) C= Incluir otra pregunta (2) D= Eliminar (1)

VARIABLE INDEPENDIENTE. X: EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN				
ITEM	OPINION			TOTAL DEJAR
	J1	J2	J3	
Dimensión: Área de Ventas				
¿Se conoce el número de veces que se ejecuta las ventas en un periodo?	3	4	4	
¿Se tiene variedad de productos y se brinda buena atención al cliente?	4	4	4	
Dimensión: Área de Compras				
¿En el área de recepción de la compra se realiza la inspección y recuento de los productos?	3	4	4	
¿Se compra la cantidad necesaria de materiales, insumos para el funcionamiento del negocio?	4	4	4	

Dimensión: Área de Contabilidad				
¿Se lleva el registro detallado y ordenado de todas las actividades contables?	4	4	4	
¿Se realiza las coordinaciones entre todas las áreas de la empresa?	4	4	4	
¿Se proporciona información financiera a todas las áreas que lo soliciten?	4	4	3	
Dimensión: Área de Inventario				
¿La toma inventarios se realiza en forma permanente?	4	4	4	
¿Se conoce las veces que se toman inventarios en la empresa?	4	4	4	
TOTAL				

VARIABLE INDEPENDIENTE Y: GESTIÓN ESTRATÉGICA				
ITEM	OPINION			TOTAL DEJAR
	J1	J2	J3	
Dimensión: Nivel Estratégico				
¿Se define de manera adecuada la visión de la empresa?	4	4	4	
¿Se define de manera adecuada la misión de la empresa?	4	4	4	
¿Se establecen de manera adecuada las metas de la empresa?	4	4	4	

Dimensión: Nivel Táctico				
¿Se establece de manera adecuada los objetivos de la empresa?	3	4	4	
Se da la libertad a los colaboradores para que tomen sus decisiones en función a su problemática.	4	4	4	
Dimensión: Nivel Operativo				
Se realiza el análisis del entorno en donde está operando la empresa	4	4	4	
Se ejecutan las actividades en el tiempo establecido	4	4	4	
Se capacita de manera permanente al personal	4	4	4	
TOTAL				



VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

TITULO: "EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA – 2018".

ESCALA DE CALIFICACIÓN

Estimado (a):

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, se le solicita dar su opinión sobre el instrumento de recolección de datos que se adjunta:

OPINION: DA: DE ACUERDO (1) EN DESACUERDO (2)

CRITERIOS	DE ACUERDO (1)	EN DESACUERDO (2)
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X	
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio.	X	
3. La estructura del instrumento es adecuada.	X	
4. Los ítems del instrumento responden a la operacionalización de la variable.	X	
5. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento.	X	
6. Los ítems son claros y entendibles.	X	
7. El número de ítems es adecuado para su aplicación.	X	

Nombre del experto: Cosme Navarro Heredia

Profesión: Contador Público

Fecha: 23/03/23

Firma: [Firma]

Dr. COSME NAVARRO HEREDIA
 C.P.L.: Mat. 38081



VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

TITULO: "EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA – 2018".

ESCALA DE CALIFICACIÓN

Estimado (a):

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, se le solicita dar su opinión sobre el instrumento de recolección de datos que se adjunta:

OPINION: DA: DE ACUERDO (1) EN DESACUERDO (2)

CRITERIOS	DE ACUERDO (1)	EN DESACUERDO (2)
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X	
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio.	X	
3. La estructura del instrumento es adecuada.	X	
4. Los ítems del instrumento responden a la operacionalización de la variable.	X	
5. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento.	X	
6. Los ítems son claros y entendibles.	X	
7. El número de ítems es adecuado para su aplicación.	X	

Nombre del experto: DR. C.P.C MISAEL REVILLA BECERRA

Profesión: CONTADOR PUBLICO

Fecha: 23 DE MARZO 2023

Firma: 



VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

TITULO: "EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE ORGANIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE LA PROVINCIA DE BARRANCA – 2018".

ESCALA DE CALIFICACIÓN

Estimado (a):

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, se le solicita dar su opinión sobre el instrumento de recolección de datos que se adjunta:

OPINION: DA: DE ACUERDO (1) EN DESACUERDO (2)

CRITERIOS	DE ACUERDO (1)	EN DESACUERDO (2)
1. El instrumento recoge información que permite dar respuesta al problema de investigación.	X	
2. El instrumento propuesto responde a los objetivos del estudio.	X	
3. La estructura del instrumento es adecuada.	X	
4. Los ítems del instrumento responden a la operacionalización de la variable.	X	
5. La secuencia presentada facilita el desarrollo del instrumento.	X	
6. Los ítems son claros y entendibles.	X	
7. El número de ítems es adecuado para su aplicación.	X	

Nombre del experto: *NIL EDUARDO MENDOZA VIRHUEZ*

Profesión: *CONTADOR PÚBLICO*

Fecha: *23/03/23*

Firma: *[Handwritten Signature]*