



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Escuela de Posgrado

**El planeamiento estratégico y el desarrollo organizacional en las empresas de
distribución de la provincia de Huaura**

Tesis

Para optar el Grado Académico de Maestra en Administración Estratégica

Autor

Julia Del Pilar Guerrero Cervera

Asesor

Dr. Elvis Richar Sánchez García

Huacho - Perú

2023



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.

JULIA DEL PILAR GUERRERO CERVERA

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.slideshare.net Fuente de Internet	2%
2	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	1%
3	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	conge.unizar.es Fuente de Internet	1%
5	revistas.up.ac.pa Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repository.unimilitar.edu.co Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1%
9	renatamarciniak.wordpress.com Fuente de Internet	

NOMBRE DEL AUTOR

JULIA DEL PILAR GUERRERO CERVERA

ASESOR

DR ELVIS RICAR SANCHEZ GARCIA

INFORME FINAL DE LA TESIS

**EL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y EL DESARROLLO
ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS DE DISTRIBUCION DE LA
PROVINCIA DE HUAURA**

DEDICATORIA

CON AFECTO A MI ADORADA FAMILIA POR LA MOTIVACION Y

APOYO CONSTANTE

JULIA

AGRADECIMIENTO

MI ETERNO AGRADECIMIENTO A DIOS POR SUS BENDICIONES

A MI FAMILIA POR SU INVALORABLE APOYO Y AMOR

A MI ASESOR

A TODOS LOS DOCENTES QUE CON SUS CONOCIMIENTOS

APORTARON

EN MI FORMACION ACADEMICA

JULIA

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
INDICE GENERAL.....	iv
INDICE DE TABLAS	vii
INDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCION	xii
Capítulo I.....	1
Planteamiento del problema.....	1
1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema general.....	4
1.2.2. Problema específico	4
1.3. Objetivos de la Investigación	5
1.3.1 Objetivos generales	5
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4. Justificación de la investigación.....	6
1.5. Delimitación del estudio	6
1.6. Viabilidad del estudio	7

Capítulo II	8
Marco teórico	8
2.1. Antecedentes de la investigación	8
2.1.1. Investigaciones internacionales.....	8
2.1.2. Investigaciones nacionales	9
2.2. Bases teóricas	9
2.2.1. Planeamiento estratégico.....	9
2.2.2 Desarrollo organizacional	14
2.3. Bases filosóficas.....	18
2.4. Definición de términos básicos	19
2.5. Hipótesis de la investigación.....	21
2.5.1. Hipótesis general	21
2.5.2. Hipótesis específicas	21
2.6. Operacionalización de las variables	21
Capítulo III.....	23
Metodología	23
3.1. Diseño metodológico	23
3.2. Población y Muestra.....	24
3.2.1. Población.....	24
3.2.2. Muestra.....	24
3.3. Técnicas de recolección de datos	25

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información	26
Capítulo IV	27
Resultados	27
4.1. Análisis de resultados.....	27
4.2. Contrastación de hipótesis.....	49
4.2.1 Contrastación de la hipótesis principal	49
4.2.2 Contrastación de la hipótesis específica 1:.....	50
4.2.3 Contrastación de la hipótesis específica 2:.....	51
4.2.4 Contrastación de la hipótesis específica 3.....	52
4.2.5 Contrastación de la hipótesis específica 4.....	53
Capítulo V	54
Discusiones	54
Capítulo VI.....	56
Conclusiones y Recomendaciones	56
Capítulo VII	58
Referencias.....	58
7.1 Fuentes bibliográficas	58
Anexo 01	61
Instrumento para la toma de datos	61

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables	20
Tabla 2. Población y muestra	22
Tabla 3. Formulación de su Plan Estratégico	26
Tabla 4. Análisis de las variables externas a la empresa	27
Tabla 5. Identificación de oportunidades y amenazas del mercado	28
Tabla 6. Identificación de fortalezas y debilidades	29
Tabla 7. Formulación de estrategias genéricas	30
Tabla 8. Formulación de estrategias específicas	31
Tabla 9. Definición del direccionamiento estratégico	32
Tabla 10. Planteamiento de objetivos y metas	33
Tabla 11. Instrumento de trabajo el plan operativo	34
Tabla 12. Herramientas de control con indicadores	35
Tabla 13. Formalización de procedimientos	36
Tabla 14. Especialización del personal	37
Tabla 15. Jerarquización de autoridades	38
Tabla 16. Las decisiones en la empresa	39
Tabla 17. Nivel de capacitación	40
Tabla 18. Nivel de implementación de la TIC's	41
Tabla 19. Comportamiento ético	42
Tabla 20. El planeamiento estratégico y el desarrollo organizacional	43
Tabla 21. El proceso sistemático y metodológico, y el desarrollo organizacional	44
Tabla 22. Los factores externos e internos y el desarrollo organizacional	45
Tabla 23. La identificación de los factores clave de éxito y el desarrollo organizacional	46
Tabla 24. Las TIC's y el desarrollo organizacional	47

Tabla 25. Contrastación de hipótesis principal	48
Tabla 26. Contrastación de hipótesis específica 1	49
Tabla 27. Contrastación de hipótesis específica 2	50
Tabla 28. Contrastación de hipótesis específica 3	51
Tabla 29. Contrastación de hipótesis específica 4	52

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Formulación de su Plan Estratégico	26
Figura 2. Análisis de las variables externas a la empresa	27
Figura 3. Identificación de oportunidades y amenazas del mercado	28
Figura 4. Identificación de fortalezas y debilidades	29
Figura 5. Formulación de estrategias genéricas	30
Figura 6. Formulación de estrategias específicas	31
Figura 7. Definición del direccionamiento estratégico	32
Figura 8. Planteamiento de objetivos y metas	33
Figura 9. Instrumento de trabajo el plan operativo	34
Figura 10. Herramientas de control con indicadores	35
Figura 11. Formalización de procedimientos	36
Figura 12. Especialización del personal	37
Figura 13. Jerarquización de autoridades	38
Figura 14. Las decisiones en la empresa	39
Figura 15. Nivel de capacitación	40
Figura 16. Nivel de implementación de la TIC's	41
Figura 17. Comportamiento ético	42
Figura 18. El planeamiento estratégico y el desarrollo organizacional	43
Figura 19. El proceso sistemático y metodológico, y el desarrollo organizacional	44
Figura 20. Los factores externos e internos y el desarrollo organizacional	45
Figura 21. La identificación de los factores clave de éxito y el desarrollo organizacional	46
Figura 22. Las TIC's y el desarrollo organizacional	47

RESUMEN

Objetivo: Analizar la manera en que el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura. **Material y**

Métodos: Se definieron 281 empresas distribuidora a tomarse como población a estudiar. El tamaño de muestra ajustada fue de 104 empresas de distribución que serán analizadas.

Resultados: Los resultados muestran que las variables, Planeamiento Estratégico y desarrollo organizacional están asociadas. Asimismo, se encontró que el factor de correlación es 0.81, representando una asociación estadísticamente significativa buena entre las variables.

Conclusiones: Se demuestra que el proceso sistemático y metodológico del planeamiento estratégico permiten impulsarlo, así como identificar los factores clave de éxito, el uso adecuado de las TIC's, influyen en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución.

Palabras claves: Planeamiento Estratégico, desarrollo organizacional, empresas de distribución.

ABSTRACT

Objective: Analyze the way in which Strategic Planning influences organizational development in distribution companies in the Province of Huaura. **Materials and Methods:** 281 distribution companies were defined to be taken as the study population. The adjusted sample size was 104 distribution companies that will be analyzed. **Results:** Results: The results show that the variables, Strategic Planning and organizational development are associated. Also, the correlation factor was found to be 0.81, representing a statistically significant good association between the variables. **Conclusions:** It is shown that the systematic and methodological process of strategic planning allows to promote it, as well as to identify the key success factors, the appropriate use of TIC's, influence organizational development in distribution companies.

Keywords: Strategic Planning, organizational development, distribution companies.

INTRODUCCION

Se considera al Plan Estratégico como un instrumento de gestión, cuyo propósito es el de plantear estrategia que permitan alcanzar los objetivos a través de medir las metas formuladas, logrando los resultados esperados de la inversión en las empresas distribuidoras.

En este contexto el insumo inicial es el análisis de la variables internas y externas, que sumadas a las habilidades y capacidades de sus gerentes puedan tener una empresa exitosa en todas las áreas de trabajo. Pero la continuidad de los análisis permite visualizar rápidamente los cambios en el mercado, reaccionando anticipadamente lo que permite una participación muy dinámica y competitiva.

Esta investigación saca conclusiones expresamente orientado a las empresas de distribución, y que sirva de motivación para el cambio de la forma de ver competitivamente a las empresas, así como la posibilidad de ser punto de partida para otras investigaciones sobre las variables evaluadas.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1. Descripción de la realidad problemática

Nuestro Perú tiene un movimiento empresarial, entre micro, pequeñas, medianas y grandes empresas que agilizan y dinamizan nuestra economía. El Estado debe plantear una visión de largo plazo, que permita resolver los grandes problemas del país, por lo que necesita la formulación de un planeamiento estratégico en el que se establezca esta visión, donde se propongan las estrategias que debe usarse para llegar a objetivos y metas, priorizando los propósitos. Si tenemos un país que no tenga claro su rumbo, su horizonte hacia dónde va a ir, difícilmente alcanzará sus propósitos condenándolos a vivir solo presente sin proyecciones futuras.

El Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, denominado Ceplan, en su guía para el planeamiento institucional define el plan estratégico institucional como un: "instrumento de gestión que identifica la estrategia de la entidad para lograr sus objetivos, en un mínimo de tres años, a través de iniciativas diseñadas hacia una mejora en el bienestar poblacional a la cual sirve y cumplir su misión", (Ceplan, 2017, p.7)

Este contexto ha permitido que el Ceplan, formule el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2021, conjuntamente con el nuevo Centenario de la independencia del Perú, con seis (6) objetivos nacionales: (1) los derechos de las personas sean respetados, (2) atención de necesidades de la población, (3) acceso todos a servicios básicos (educación,

salud, transporte) de calidad, (4) inclusión social y eliminación de la discriminación, y (5) una economía sostenible sin afectar el ambiente.

Para las modernas empresas de distribución es importante plantear estrategias de mercado, representando el corazón de su administración. Mediante este trabajo diferenciado serán capaces de competir en este mercado muy dinámico y buscar su posicionamiento, con muy operaciones competitivas, para atraer clientes buscando satisfacer sus necesidades y lograr de esta manera sus objetivos y metas empresariales.

Bajo este espíritu, es necesario buscar un desarrollo de la organización, pero basado en el reconocimiento de su pasado, de la participación actual en el mercado, por ello podremos identificar las fortalezas y debilidades para mejorarlas o eliminarlas, según el caso. Pero es importante conocer también el sector que nos involucra el desenvolvimiento y poder identificar las oportunidades y amenazas que existen en el ambiente.

Las empresas de distribución no son ajenas a esta realidad objetiva de profundos cambios en el mercado, estimulados principalmente por los cambios y aportes de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC's), por la apertura de mercados frente a la globalización de mercados, entre otras variables que exigen de las distribuidoras cambios radicales en sus actividades tradicionales de compra, almacenamiento y venta de productos.

La intensidad competitiva en el mercado de distribución es muy fuerte, concentrándose cada vez en menos empresa, evidenciada en fusiones, guerra de precios, absorciones, quiebras, y otras que ocurren permanentemente en el mercado. Este contexto sumado a la

diversidad de medidas de control de parte del Estado obliga a las empresas de distribución a redefinir y plantear herramientas e instrumentos que mejoren su competitividad, con el propósito de tener un desarrollo organizacional sostenido para no solo sobrevivir en el mercado en que se desenvuelven, sino también mejorar sus indicadores de mercado.

Muchas de las empresas de distribución operan a la luz del concepto solamente de ventas, donde lo más importante es vender lo que mejor se pueda, sin importante el entorno, ni mucho menos la necesidad urgente de incorporar nuestras herramientas de gestión, con nuevos conceptos de administración elementales e innovadores, que les permitan diferenciarse en mercados competitivos.

Por muchos años las empresas distribuidoras se han mantenido con la inexistencia de una correcta planificación de medio o de largo plazo en sus áreas funcionales, esto debido a sus esquemas familiares, empírico y lleno de improvisaciones y que posiblemente se heredaron de propietarios pasados o por la apatía de sus funcionarios, sin controles internos a sus operaciones.

Las empresas de distribución se gestionan en forma improvisada, solucionando permanentes problemas, donde las soluciones son producto de la suerte, donde no se identifica si es o no el precio justo de sus productos, o si son los productos que el mercado necesita, o están en el momento oportuno.

En este contexto los responsables de las empresas de distribución, si quieren una empresa debidamente desarrollada organizacionalmente, deberán acercarse al planeamiento estratégico para tener una visión de futuro, planteando estrategias que sean

basadas en metas concretas producto de los análisis internos y externos, y sumado a las habilidades y capacidades de sus directivos y gerentes puedan tener una empresa exitosa en todas las áreas de trabajo. De toda esta problemática podemos formular la problemática.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura?

1.2.2. Problema específico

1. ¿En qué medida el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a su proceso sistemático y metodológico?
2. ¿En qué grado el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a los factores externos e internos que permitan impulsarla?
3. ¿De qué modo el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito?

4. ¿De qué manera el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al uso adecuado de la tecnología?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivos generales

Analizar la manera en que el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Establecer la medida en que el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a su proceso sistemático y metodológico.
2. Identificar el grado en que el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a los factores externos e internos que permitan impulsarla.
3. Determinar el modo en que el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito.

4. Analizar la manera en que el Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al uso adecuado de la tecnología.

1.4. Justificación de la investigación

La investigación es justificable por el interés de explicar la relación que existe del planeamiento estratégico frente a desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la provincia de Huaura.

El estudio de estas variables y del problema presentado, permitió analizar, por consiguiente, identificar las fases y etapas del Planeamiento Estratégico, y formulación de conclusiones y proponiendo recomendaciones, producto del análisis y contrastación de las hipótesis planteadas, beneficiando el desarrollo organizacional de los modelos que pueden ser adoptados por las empresas de distribución.

1.5. Delimitación del estudio

a. Delimitación Espacial.

El ambiente de estudio fueron las empresas de distribución.

b. Delimitación Temporal.

En las fuentes primarias del año 2021.

c. Delimitación Social.

El tema desarrollado involucró a los trabajadores de nivel directivo y administrativo en las empresas de distribución.

1.6. Viabilidad del estudio

En relación con el tema desarrollado fue viable; el poder contar con recursos financieros, el acceso a la información, así como el apoyo de la empresa distribuidora que proporcionó las facilidades para la captura de las opiniones de su personal.

Al respecto de lo analizado, está centrado en la relación entre la variable de planeamiento estratégico y la del desarrollo organizacional, orientando la ayuda que produce, motivando a las personas, así como mejorar la calidad del servicio que ofrecen. Esto nos lleva valorar las implicancias prácticas, dándoles un valor importe teórico, así como a la utilidad metodológica que se tendría en este contexto empresarial.

Capítulo II

Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones internacionales

(Eljadue y Jiménez, 2017) en su estudio busca diseñar un plan estratégico para la Corporación Incate, empresa sin ánimo de lucro, orientada a la atención de la población vulnerable, que permita redefinir los objetos y sus metas a largo plazo, para asignación de recursos y adoptar acciones en el logro de objetivos propuestos. Para ello se elaboró un diagnóstico que reveló el estado de las variables actuales y las razones, y obligaron la realización de un análisis del entorno utilizando herramientas de diagnóstico, sobre las cuales se escribieron propuesta de acciones con base en una hoja de ruta, base para diseñar un futuro próximo, buscando estrategias competitivas básico para establecer un futuro basado en el éxito de sus resultados.

(Gaspar, 2019) en su investigación concluye que el estudio del salario emocional y su influencia en el desarrollo organizacional son importantes cuando se necesita mejorar las condiciones de vida: El talento humano. Se cumplieron las siguientes fases del desarrollo organizacional: (a) percepción de problemas, (b) consulta con expertos, (c) recopilación de datos, (d) primera aproximación del diagnóstico, (f) proceso de retroalimentación, (g) diagnóstico final conjunta, y (h) planeación y acciones conjuntas.

2.1.2. Investigaciones nacionales

(Espinoza, Jáuregui y Leveau, 2012) en su investigación realizada pretendía como formular el planeamiento estratégico para el sector lácteo de Cajamarca. Se tiene un incremento en la producción nacional de leche fresca y lógicamente del consumo y de sus derivados era necesario promover su desarrollo y competitividad. Las empresas como Gloria, Nestlé, y Laive, mantienen una alta concentración del mercado lácteo en el Perú, la llamada integración vertical. Se realizó el análisis estratégico, se identificó la Cadena de Valor, la Matriz de Perfil Competitivo y del Perfil Referencial (MPR), los intereses y objetivos de largo plazo, la implementación y evaluación estratégica.

(Wong, 2019) en su investigación tuvo como objetivo proponer un plan estratégico que mejore la gestión de Almacenes de la Selva S.A.C. Con un diseño descriptivo - propositivo, empleando un cuestionario (33 ítems, categorizados por la escala Likert) aplicado aleatoriamente a los trabajadores. El alfa de Cronbach determino 0.95, como fiabilidad del instrumento. Se pudo determinar que los trabajadores, tienen poco conocimiento la gestión empresarial y más del plan estratégico.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Planeamiento estratégico

Hoy por hoy, las empresas más exitosas no solo son aquellas que se adaptan a un entorno cambiante si no también son las que planifican las decisiones que se tomaran a largo plazo; es decir al momento de escoger una decisión será a partir de alguna estrategia que logre obtener una ventaja competitiva. Ahora bien, muchos autores hacen mención

que la planeación estratégica es muy distinto a la administración, así como otros consideran que son sinónimos.

Ansoff (1987) manifiesta que el planeamiento estratégico es el “análisis racional de las oportunidades ofrecidas por el medio, de los puntos fuertes y débiles de la empresa, de la selección de un modelo de estrategias entre las dos situaciones; estrategia esta que debería satisfacer los objetivos empresariales” (p.12).

Es de suma importancia resaltar que la planeación no solo consiste en establecer una estrategia general para alcanzarla si no definir las metas y trazar planes para integrar y coordinar el trabajo. Cada integrante de la empresa tiene la posibilidad de tomar decisiones de acuerdo con la función que le corresponda, es decir en términos generales la planeación empresarial se orientara a lograr los objetivos y se puede gestionar en tres niveles como es el estratégico (Gestión de toda la empresa), el táctico (Gestión de planeación de los productos y servicios) y el operacional (Gestión de asignación las tareas de cada colaborador). Esta toma de decisiones es frecuente y según Stoner (2003) establece y la define como: “el proceso para identificar y solucionar un curso de acción para resolver un problema específico” (p.21).

De acuerdo con lo expuesto por Stoner, la toma de decisión se caracteriza por ser un proceso en el cual se busca selección de la alternativa para resolver una problemática.

Por su parte, Rheault (1996) establece que la toma de decisiones implica: (a)el diagnostico; (b)establece adecuadamente alternativas; (c)analizar las alternativas y compararlas; (d)finalizando con la elección de las alternativas más convenientes.

Ahora bien, la planeación estratégica a nivel de empresa para Morrisey (1996) se requiere de mayor intuición y análisis en base al pensamiento estratégico (valores, misión, visión y estrategias de la organización), planeación a largo plazo (alineando la misión, visión y estrategia a los resultados) y planeación táctica. En otras palabras, si bien es cierto el planeamiento al poder abarcar periodos largos, este no solo va a definir el direccionamiento (la misión y la visión), si no también evaluar y seleccionar estrategias, y compartidos por todas quienes lo conforman. Este plan debe de ser dinámico y revisado continuamente para poder controlar la ejecución de estrategias, lo cual incluye la propuesta, ejecución y sus consecuencias.

Es de importancia señalar que según Thompson y Strickland (1995) la estrategia es un “movimientos y enfoques que diseña la gerencia para conseguir que la organización tenga excelentes resultados. (...) la estrategia es el plan de actuación que tiene la dirección para el negocio” (p. 56).

De acuerdo con lo establecido anteriormente, se caracterizan por ser plan de acción consciente que conlleva al propósito determinado de las empresas.

Para otros autores la planificación estratégica es:

El esfuerzo sistemático y más o menos formal de una compañía para establecer sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias básicas, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias, y así lograr los objetivos y propósitos básicos de la compañía (Steiner, 1996, p.28).

En este sentido, esta herramienta y recurso se caracteriza por ser tan esencial para las empresas, ya que permite ver el desempeño de una empresa en la actualidad y ver qué estrategia puede aplicar para que se ajuste a las necesidades y así genere un crecimiento a nivel empresarial a partir de las oportunidades que se presenten. El éxito de esta planificación consiste en formularlos y estructurarlos para que los componentes de los primeros niveles sepan cómo organizar a los demás, ya que así es la única forma de saber a dónde se dirige (futuro) y que se cumpla las metas propuestas.

Para Robbins y Coulter (2005) la planificación estratégica consta de las siguientes etapas: (1) definir la misión, visión y valores, (2) análisis externo y interno, (3) planteamiento de objetivos y metas, (4) formulación e implementación de estrategias, y el (5) control y evaluación de resultados.

Por un lado, la primera etapa que incluye la planificación estratégica es la formulación con los directivos la misión, la visión y los valores fundamentales. La misión es la razón de ser de la empresa que la define, mientras que la visión son las ideas generales de lo que quiere ser en el futuro. Luego la visión que tenga la empresa debe alinearse a su misión, objetivos y estrategias. Ahora bien, los valores de la empresa describirán su cultura organización y la imagen que desea ofrecer con la finalidad de que impulsen en una dirección correcta.

Asimismo, es importante hablar de la matriz más interesante para una empresa, ya que a partir de ella se va a ver como se encuentra estructurada la misma y se ponderarán los factores externos e internos, para que con ello se busque obtener la matriz interna y externa con la finalidad de saber que estrategias utilizar. Cabe resaltar que la matriz EFI registrará (F) fortalezas y (D) debilidades y en la matriz EFE registra las (O) oportunidades y

(A)amenazas. A partir de la unión de ello corresponde al análisis FODA, permitirá a la empresa formular estrategias de manera que no solamente aproveche las fortalezas que tiene y utilice sus oportunidades a su debido momento, sino previniendo el efectos de sus debilidades y anticipación de sus amenazas.

Siendo así, las oportunidades como amenazas por su naturaleza se encuentran en el mercado, por lo cual se denominan factores externos, como por ejemplo puede haber factores económicos, sociales, tecnológicos, geográficos y entre otros más. Por otro lado, los factores internos son las debilidades y fortalezas que se producen dentro de la misma; dicho de otro modo, evaluar los recursos, qué hace bien a la empresa y ver qué necesita para el logro de objetivos. A partir de lo expuesto, es necesario destacar que muchos confunden que las metas son lo mismo que los objetivos, cuando en realidad no es así. Las metas propuestas por unas empresas tienen la obligación de ser una expresión cuantitativa de los resultados que se esperan solo con la finalidad de que los objetivos sean alcanzables, medibles y realistas con la visión y misión de la empresa.

A partir de la formulación e implementación de estrategia, se implementa el plan estratégico en el cual existe la necesidad y obligatoriedad de generar una ventaja competitiva, concordante con las prioridades de la empresa sobre los demás competidores. En otras palabras, implementar y poner en práctica las estrategias formuladas por parte de los gerentes y empleados, trabajando con entusiasmo a efecto de alcanzar los objetivos propuestos.

Finalmente, como última etapa tenemos al control y evaluación de los resultados, en el que a partir de la obtención de información sobre los resultados se podrá comprobar si a

través de las estrategias implementadas se pudo lograr la visión, misión y objetivos planteados; teniendo en cuenta que si hay algún desarreglo realizar el ajuste que sea necesario. Cabe señalar que se debe de analizar el éxito del plan de acción de cada estrategia utilizada a partir del desempeño alcanzando en dicho periodo.

2.2.2 Desarrollo organizacional

Hoy en tiempos de pospandemia del COVID-19, todos nos enfrentamos a cambios exponenciales debiendo utilizar una variedad de estrategias, ya que es indispensable para lograr metas trazadas u objetivos propuestos. Así establecemos que:

Los estudios sobre el desarrollo organizacional siempre se han centrado en presentarlo como una tecnología de gestión, y no como el proceso indispensable para administrar la única constante con la que cuentan todas las compañías, el cambio. Es preciso entender que toda organización debe trabajar en procesos de cambio planeado y es a través del desarrollo organizacional que lo puede lograr (Garzón, 2005, p.35).

Dicho de otro modo, serán los planes que establecerán cada empresa para mejorar el desempeño en base a los cambios que se presenten y sobre todo al funcionamiento de la organización, con el fin de llegar a que los colaboradores sean competitivos, ser eficaces y ser efectivos de los colaboradores, así como su clima organizacional.

Guzmán de la Garza, citado por Montúfar, señala en su libro que:

El desarrollo organizacional implica el estudio de los procesos sociales que se dan dentro de una empresa con el objetivo de ayudar a sus miembros a

identificar los obstáculos que bloquean su eficacia como grupo y a tomar medidas para hacer óptima la calidad de sus interrelaciones, para influir de manera positiva y significativa en el éxito de los objetivos de la empresa (2013,p.6).

Ahora bien, muchos tratadistas refieren que la organización al centrarse como una unidad se divide en 4 niveles, según (Robbins, 2009, p.64):

1. Nivel estratégico: propone un cambio en el direccionamiento
2. Nivel estructural: se plantea un cambio en las estructuras organizacionales.
3. Nivel técnico: el cambio de los procesos, los métodos y equipos.
4. Nivel humano: modificación en las actitudes, habilidades, expectativas, percepciones y/o comportamiento de los empleados.

Los cambios más importantes son en el nivel técnico y a nivel humano, ya que estos se involucran mucho en la actualidad debido a que los que pertenecen a las organizaciones deben de adaptarse a la nueva tecnología que se presente y en las transformaciones en cuanto al dominio del cambio emocional. Por otro lado, el componente de Desarrollo organizacional tiene diferentes definiciones, así como para French y Bell (1996) el mismo centra mayor atención en el lado humano de la empresa. Cabe señalar que al ser amplio este tema, para VanSant (2003), el desarrollo organizacional se enfoca en tres elementos: “El tipo de liderazgo ejercido, el Aprendizaje organizacional y la Autonomía organizacional” (p.18).

Ahora bien, una empresa puede tener un excelente plan de acción, estrategias o control, pero sin un líder esta puede no sobrevivir, ya que la misma es vital para la

supervivencia empresarial. Para Robbins (2009), el liderazgo es aquella capacidad de una persona para influir en un equipo, con la finalidad de lograr metas. Dicho de otro modo, el líder debe de estar alineado con las metas y valores de las empresas con el fin de que contribuya a la sostenibilidad de esta. Es de suma importancia la presencia de valores en una empresa, debido a que son indispensables para el estudio del comportamiento organizacional con la finalidad de que se pueda comprender las actitudes de motivación a las personas capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.

French (1981), señala en su libro que el desarrollo organizacional es la “respuesta al cambio, una estrategia de carácter educacional que pretende cambiar creencias, actitudes, valores y estructuras de las organizaciones, para adaptarse mejor a las nuevas tecnologías, a los nuevos desafíos y al ritmo vertiginoso del cambio” (p.14).

Cabe resaltar que las empresas también deben de tener en cuenta un aprendizaje organizacional continuo, con el propósito generar una ventaja competitiva, generando una posición frente a los demás rivales y puedan permanecer en el tiempo.

Para García (2004), el aprendizaje es aquella capacidad de facilitar el aprendizaje continuo de los miembros a través de la adquisición, difusión y utilización del conocimiento. De lo expuesto anteriormente, existe una gran importancia al tema del aprendizaje, ya que a partir de ello se adquiere y aplica conocimientos, técnicas, valores, creencias con la finalidad de que se incremente la conservación, crecimiento de su eficacia y el desempeño de una empresa en el mercado. Asimismo, siempre se

debe de tener en cuenta que cada empresa debe de ser autónomas con respecto a sus actividades, es decir determinar y mantener su misión, visión y objetivos estratégicos.

Por otro lado, Angulo (2014), establece que el desarrollo organizacional es: “Un esfuerzo educacional muy complejo, destinado a cambiar las actitudes, valores, los comportamientos y la estructura de la organización, de modo que esta pueda adaptarse mejor a las nuevas coyunturas, mercados, tecnologías, problemas y desafíos que surgen constantemente” (p.28).

Asimismo, Niebles, Oñoro y Oñoro (2006) hacen referencia que para llevar a cabo el desarrollo organizacional requiere de:

Visión global de la empresa, enfoque de sistemas abiertos, compatibilidad con las condiciones del medio externo, contrato directo y responsable de los directivos, desarrollo de potencialidades de personas, grupos fugaces subsistemas y sus relaciones, implica valores reales y humanísticos, adaptación, evolución y/o n o renovación, esto es cambios que, aunque fueran tecnológicos, económicos, administrativos o estructurales, implicarán en último análisis modificaciones de hábitos o comportamientos (p. 83).

De lo expuesto anteriormente, estos requisitos harán que mejoren el desempeño y el ambiente organizacional, el cual garantizará una mejor funcionalidad poniéndole énfasis en el capital humano.

2.3. Bases filosóficas

En los albores del año 1916, aparecen los primeros pensadores de la administración como Henri Fayol, fundador de la Escuela Clásica de la Administración, el que estableció 14 principios: la unidad de mando, la jerarquización, la división del trabajo, equidad, entre otros.

Hoy en día el planeamiento estratégico es considerado como una herramienta para el logro de objetivos. Sainz de la Peña (2009), afirma que el planeamiento estratégico es "un proceso continuo, flexible e integral que posibilita definir la evolución y el desempeño futuro de la empresa" (p.2). Confirmando la posibilidad de generar cambios futuros, partiendo de procesos bien estructurados en el que participan el talento humano, la tecnología y lo económico, capturar las oportunidades presentes en el contexto.

Por lo tanto, el planeamiento estratégico se constituye en un proceso de investigación, de análisis y sobre todo de propuestas, que partiendo de las condiciones actuales, se podrá tener un futuro deseable, basadas en políticas, estrategias, planes de acción. Todo orientado para alcanzar los objetivos y metas, con desarrollo organizacional, lograr rentabilidad, mejor participación en el mercado, posicionamiento, y ser competitivo con calidad. Pero todo este entorno será posible cuando exista una cultura apropiada.

Después de este análisis es importante establecer que desarrollar el proceso de planeamiento estratégico, en primera instancia debe generarse una reflexión y un compromiso en todos los niveles. Si partimos del enfoque sistémico de que el todo es mayor que la suma de sus partes, debemos de ver este proceso con un enfoque holístico,

así como de una evaluación profunda de las variables fundamentales controlables y no controlables.

Ahora si evaluación Desarrollo Organizacional (DO) como un conjunto de cambios planeados, culturales y estructurales, y que empresa pueda diagnosticar, planificar e implementar esos cambios. El hombre como ser humano puede cambiar y desarrollarse, y la empresa basada en la confianza aprovechará ese desarrollo con diferentes competencias y capacidades, para aceptar los riesgos en forma colaborativa.

2.4. Definición de términos básicos

- CEPLAN, Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. Es un organismo técnico especializado que ejerce la rectoría efectiva del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico conduciéndolo de manera participativa, transparente y concertada, contribuyendo así al mejoramiento de la calidad de vida de la población y al desarrollo sostenible del país (Ceplan, 2022).
- Desarrollo organizacional. El desarrollo organizacional implica el estudio de los procesos sociales que se dan dentro de una empresa con el objetivo de ayudar a sus miembros a identificar los obstáculos que bloquean su eficacia como grupo y a tomar medidas para hacer óptima la calidad de sus interrelaciones, para influir de manera positiva y significativa en el éxito de los objetivos de la empresa (Guízar Montúfar, 2013).
- FODA. Importante herramienta de conciliación que centraliza estrategias: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, cuyo acrónimo FODA, DAFO, DOFA o SWOT (siglas en inglés strengths-weaknesses-opportunities-threats). Permite construir una matriz en función a las estrategias de centralización, mostrando la situación estratégica de la

empresa o institución, e incluso personal, con el propósito de plantear estrategias para el logro de objetivos y metas (David, 2008, p.253).

- Misión. Es la razón de ser de la organización o empresa que define la misma (Amaya, 2012, p.32).
- Planeamiento estratégico. Es el análisis racional de las oportunidades ofrecidas por el medio, de los puntos fuertes y débiles de la empresa, de la selección de un modelo de estrategias entre las dos situaciones; estrategia esta que debería satisfacer los objetivos de la empresa (Ansoff, 1987, p.54).
- Proceso. Conjunto de actividades relacionadas entre sí o que interactúan, transformando elementos de entrada en elementos de salida. En estas actividades pueden intervenir partes tanto internas como externas y también hay que tener en cuenta los clientes (ISO 9001, 2015, p.4).
- Sistema. Es la reunión o conjunto de partes o componentes, conectados en una forma organizada (Van Gigch, 1978, p.15).
- Toma de decisiones. Es el proceso mediante el cual los gerentes responden a las oportunidades y amenazas que se les presentan, analizando las opciones y tomando determinaciones, o decisiones, relacionadas con las metas y líneas de acción organizacionales (Jones y George, 2009, p.25).
- Visión. Es un conjunto de ideas generales de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro (Amaya, 2012, p.32).

2.5. Hipótesis de la investigación

2.5.1. Hipótesis general

El Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura.

2.5.2. Hipótesis específicas

1. El Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a su proceso sistemático y metodológico.
2. El Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a los factores externos e internos que permitan impulsarla.
3. El Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito.
4. El Planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al uso adecuado de la tecnología.

2.6. Operacionalización de las variables

Variable Independiente: Plan Estratégico.

Variable dependiente: Desarrollo organizacional.

Tabla 1.

Operacionalización de las variables

Variable. Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
<p>VI: Planeamiento Estratégico</p> <p>Es el análisis racional de las oportunidades ofrecidas por el medio, de los puntos fuertes y débiles de la empresa, de la selección de un modelo de estrategias entre las dos situaciones; estrategia esta que debería satisfacer los objetivos de la empresa (Ansoff, 1987, p.54).</p>	<p>Es la metodología de un proceso sistemático donde la organización debe poseer la imagen de su futuro (visión) y establecer metas u objetivos estratégicos básicos. Los factores externos e internos permiten un alineamiento con objetivo de más alto nivel se suele conocer como la misión. La organización proyecta como aplicar sus recursos y describe los programas de acción a largo plazo (estrategias), que determinan los objetivos estratégicos de desarrollo de dicha organización y que muestran cómo lograrlos en forma de objetivos operacionales y tareas a realizar específicas.</p>	<p>Proceso sistemático y metodológico</p> <p>Factores externos e internos</p>	<p>Fortalezas y Oportunidades Debilidades y Amenazas Estrategias genéricas Estrategias específicas</p> <p>Visión, misión y valores Objetivos y Metas estratégicas Plan Operativo Herramientas de control</p>
<p>VD: Desarrollo organizacional</p> <p>Implica el estudio de los procesos sociales que se dan dentro de una empresa con el objetivo de ayudar a sus miembros a identificar los obstáculos que bloquean su eficacia como grupo y a tomar medidas para hacer óptima la calidad de sus interrelaciones, para influir de manera positiva y significativa en el éxito de los objetivos de la empresa (Guízar Montúfar, 2013).</p>	<p>Es un esfuerzo a largo plazo orientado hacia el cambio o hacia el autoanálisis; formulando los factores claves éxito permitirán guiar un cambio específico en la cultura de una organización: de una que evita un análisis de los procesos sociales en la organización, a una que institucionaliza y legitima este análisis. Diseñado para hacer surgir una administración más eficaz y de colaboración de la cultura organizacional por medio de la ayuda de un agente de cambio.</p>	<p>Factores claves de éxito</p> <p>Tecnología</p>	<p>Formalización Especialización Jerarquía de autoridad Centralización Profesionalismo Tamaño</p> <p>Tecnología organizacional Ambiente externo Cultura organizacional</p>

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Capítulo III

Metodología

3.1. Diseño metodológico

Tipo. El tema desarrollado en la investigación se identifica como investigación aplicada. El interés es buscar solución al problema planteado, encontrando la relación entre el planeamiento estratégico y el desarrollo organizacional en las empresas de distribución.

Nivel. Se tiene un nivel descriptivo, explicativo y correlacional. Es explicativa, ya que se indican razones la relación existente a través de la formulación de hipótesis. De la misma manera es correlacional, encontrando un factor de relacional entre dos variables, en un determinado tiempo y lugar, en un contexto o situación establecida.

Desde otra perspectiva se tiene un método deductivo, donde debemos inferir de lo que observamos en la encuestas realizadas.

Enfoque y método. Se tiene un enfoque cuantitativo, utilizando las herramientas estadísticas se mide numéricamente sus características.

El diseño no experimental, y transversal, empleándose un determinado tiempo para describir y analizar las particularidades de lo planteado.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

Tenemos una población finita, compuesta por personal de gestión de las empresas de distribución de la provincia de Huaura. La tabla 2. define 281 empresas distribuidora a tomarse como población en estudio.

Tabla 2.

Población y muestra

Empresas Distribuidoras	Huacho	Huaura	Sta.María	Végueta	TOTALES	Tamaño muestra	Tamaño de muestra Ajustado
Abarrotes Mayoristas	22	1			23	13	8
Agroquímicos	20	15	2		37	21	14
Alimentos balanceados	7	4			11	6	4
Automóviles/motos	15	1			16	9	6
Distribuidoras	39	4	8		51	30	19
Gas	22	1	4	3	30	17	11
Grifos	6		6	3	15	9	5
Lubricantes	9	6	13		28	16	10
Madereras	5		2		7	4	3
Maquinarias agrícolas			2		2	1	1
Material de construcción	18	4	10		32	19	12
Muebles	28	1			29	17	11
Totales	191	37	47	6	281	162	104

Nota. Fuente: Municipalidad Provincial de Huaura

3.2.2. Muestra

Frente a la imposibilidad de entrevistar al total poblacional identificado, se estableció la necesidad de una muestra, calculado a partir del muestreo aleatorio simple. La muestra se tomó en forma aleatoria y sin reemplazo fueron entrevistadas. Utilizamos:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} P Q N}{\epsilon^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra.

$N =$ población.

$\varepsilon = 0.05$ de nivel de error.

$P = 50\%$ de éxito.

$Q = 50\%$ de fracaso.

$Z = 1.96$ (nivel de confianza al 95%).

Reemplazando, se tiene:

$$n = \frac{(281) (0.5) (0.5) (1.96)^2}{(281-1) (0.05)^2 + (0.5) (0.5) (1.96)^2} \approx 162$$

De lo anterior la muestra es mayor al 10% de la población, se procede al ajuste de la muestra utilizando:

$$n_0 = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

La muestra ajustada es 104 empresas de distribución a ser analizadas.

3.3. Técnicas de recolección de datos

Se presentan las fuentes, las técnicas y los instrumentos.

1) Fuentes:

- Bibliográficas.
- Documentos históricos.
- Informes.

2) Técnicas:

- Recolección de datos.
- Diseño de encuesta.
- Observación de variables.

3) Instrumentos:

- Ficha documentaria.
- Registros de variables.
- Encuesta de recolección de datos (ver anexo 01).

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Generar información confiable utilizamos:

1)Presentación de resultados:

- Ordenamiento y clasificación.
- Codificación y tabulación.
- Presentación de cuadros y gráficos.

2)Cálculo de valores estadísticos:

- Instrumentos basados en la estadística descriptiva.
- Estadígrafos.

3)Interpretación de resultados:

- Contrastación de hipótesis: aceptación o rechazo.
- Planteamiento de conclusiones.
- Formulación de recomendaciones.

Capítulo IV

Resultados

4.1. Análisis de resultados

I. De las dimensiones del planeamiento estratégico:

1. ¿La empresa formuló su Plan Estratégico?

Tabla 3.

Formulación de su Plan Estratégico

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	79	79	0.7596	0.7596	75.96	75.96
No	21	100	0.2019	0.9615	20.19	96.15
No sabe/no opina	4	104	0.0385	1.0000	3.85	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

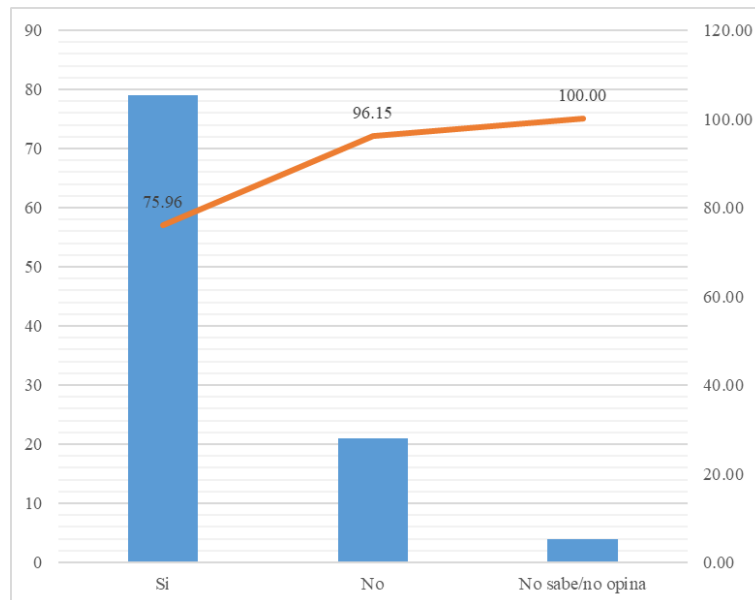


Figura 1. Formulación de su Plan Estratégico. [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 75.96% señalaron que la empresa formuló su Plan Estratégico, el 20.19% señalan que no lo han formulado y el 3.85% no saben o no opinan.

2. ¿Se realiza un análisis permanente de las variables externas a la empresa?

Tabla 4.

Análisis de las variables externas a la empresa

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	63	63	0.6058	0.6058	60.58	60.58
No	39	102	0.3750	0.9808	37.50	98.08
No sabe/no opina	2	104	0.0192	1.0000	1.92	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

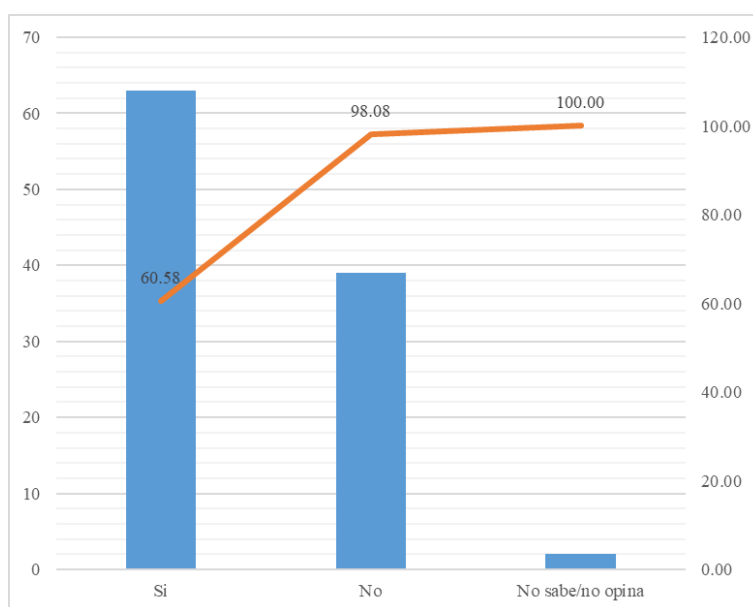


Figura 2. Análisis de las variables externas a la empresa [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 60.58% señalaron que se realiza el análisis permanente de las variables externas a la empresa, el 37.50% señalan que no lo hacen y el 1.92% no saben no opinan.

3. ¿Se ha identificado claramente las oportunidades y amenazas del mercado?

Tabla 5.

Identificación de oportunidades y amenazas del mercado

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	63	63	0.6058	0.6058	60.58	60.58
No	35	98	0.3365	0.9423	33.65	94.23
No sabe/no opina	6	104	0.0577	1.0000	5.77	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

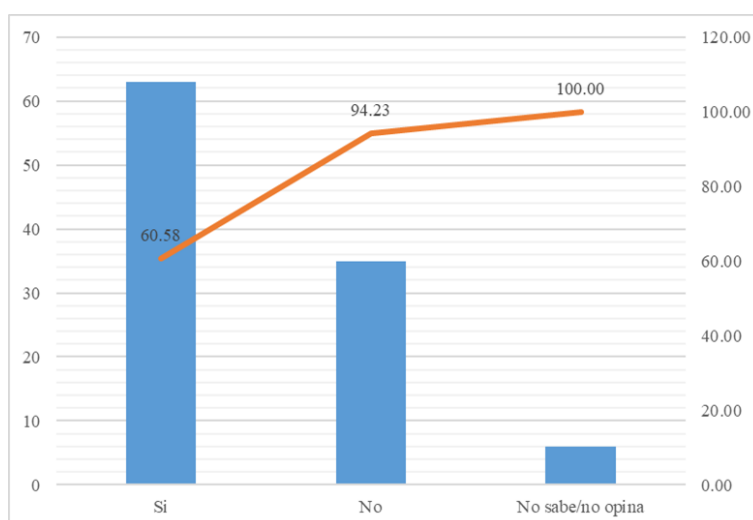


Figura 3. Identificación de oportunidades y amenazas del mercado [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 60.58% señalaron que se han identificado claramente las oportunidades y amenazas del mercado, el 33.65% no lo han realizado, y el 5.77% no sabe no opinan.

4. ¿Se ha identificado claramente las fortalezas y debilidades de la empresa?

Tabla 6.

Identificación de fortalezas y debilidades

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	77	77	0.7404	0.7404	74.04	74.04
No	24	101	0.2308	0.9712	23.08	97.12
No sabe/no opina	3	104	0.0288	1.0000	2.88	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

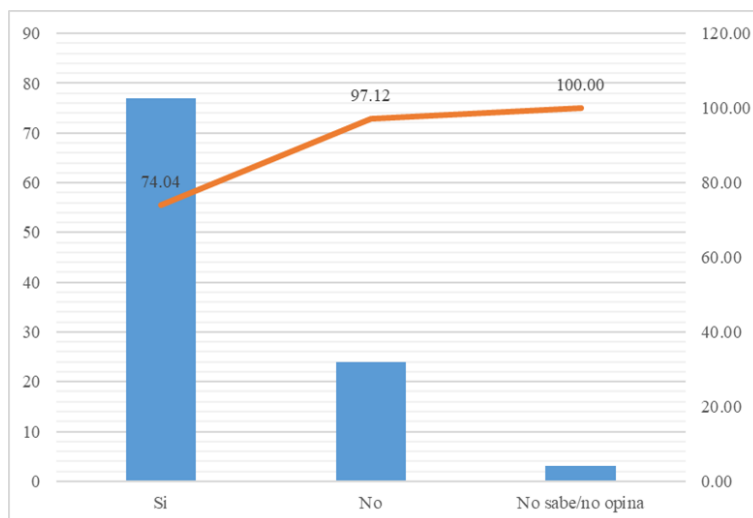


Figura 4. Identificación de fortalezas y debilidades. [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 74.04% señalaron que han identificado claramente las fortalezas y debilidades de la empresa, el 23.08% señalan que no lo han analizado y el 2.88% no saben no opinan.

5. ¿Se ha formulado estrategias genéricas de la empresa?

Tabla 7.

Formulación de estrategias genéricas

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Precio	43	43	0.5584	0.5584	55.84	55.84
Calidad	26	69	0.3377	0.8961	33.77	89.61
Rapidez	5	74	0.0649	0.9610	6.49	96.10
Diversidad	3	77	0.0390	1.0000	3.90	100.00
TOTAL	77		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

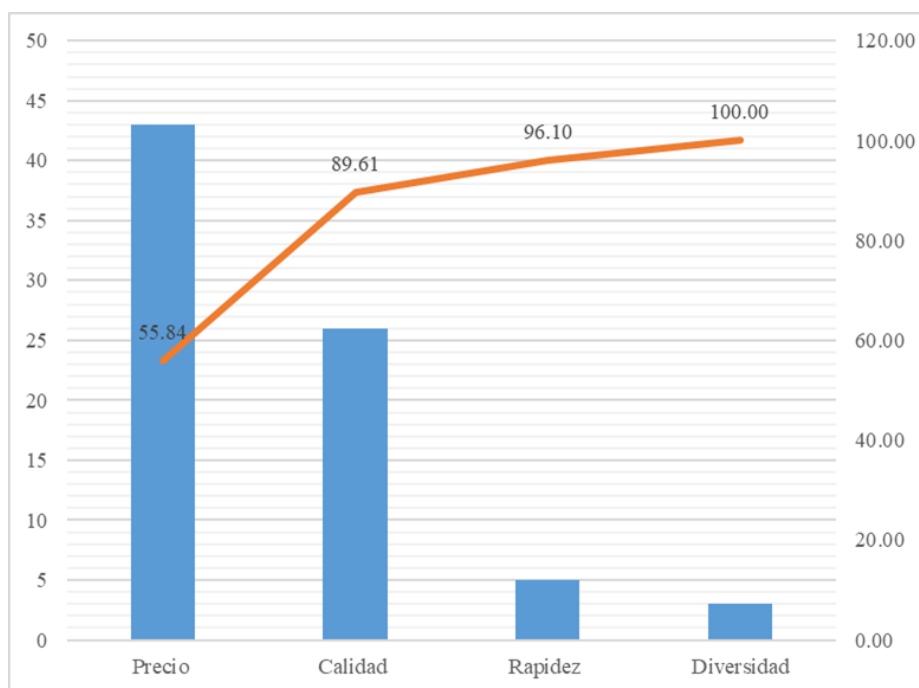


Figura 5. Formulación de estrategias genéricas [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 55.84% señalaran que se ha formulado estrategias genéricas de la empresa en función al precio, el 33.77% en función a la calidad, el 6.49% en función a rapidez y el 3.90% en función a la diversidad.

6. ¿Se han formulado estrategias específicas de la empresa?

Tabla 8.

Formulación de estrategias específicas

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	72	72	0.6923	0.6923	69.23	69.23
No	29	101	0.2788	0.9712	27.88	97.12
No sabe/no opina	3	104	0.0288	1.0000	2.88	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

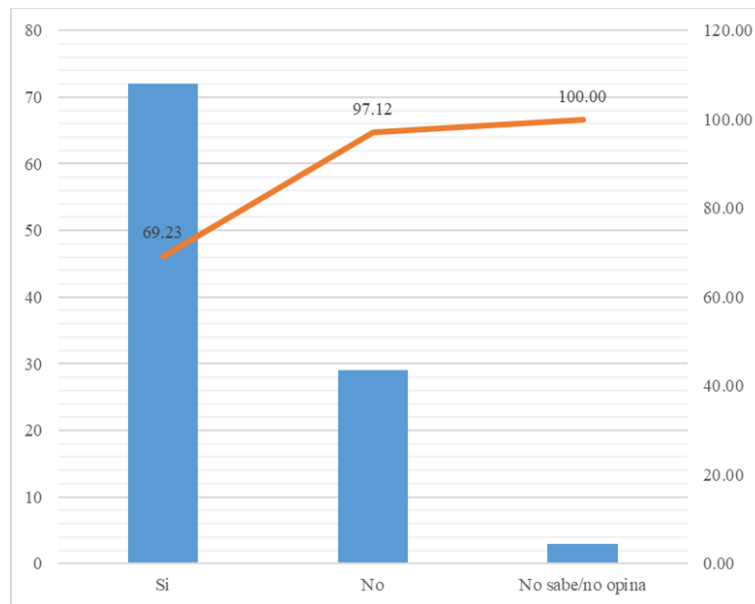


Figura 6. Formulación de estrategias específicas [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 69.23% señalaron que se han formulado estrategias específicas, el 27.88% no lo formularon, y el 2.88% no sabe no opinan.

7. ¿Se tiene bien definido su direccionamiento estratégico a través de su misión, visión y valores de la empresa?

Tabla 9.

Definición del direccionamiento estratégico

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	71	71	0.6827	0.6827	68.27	68.27
No	32	103	0.3077	0.9904	30.77	99.04
No sabe/no opina	1	104	0.0096	1.0000	0.96	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

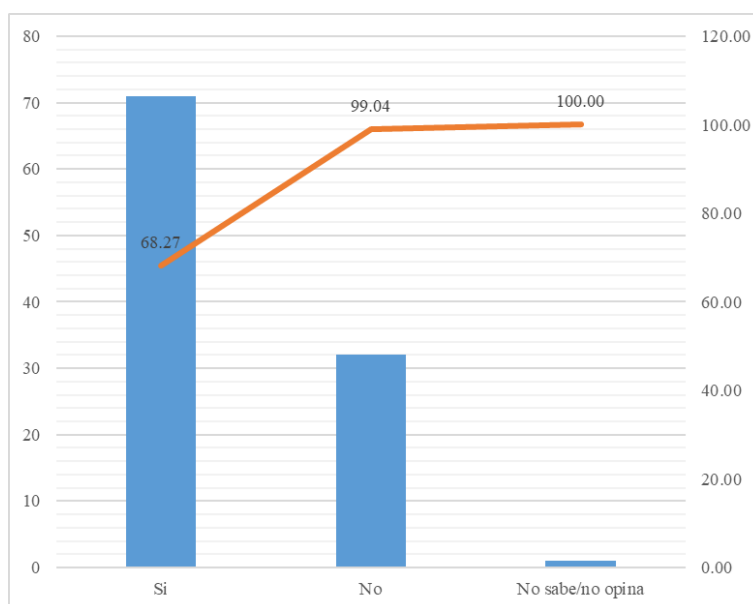


Figura 7. Definición del direccionamiento estratégico [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 68.27% señalaron que se tiene bien definido su direccionamiento estratégico a través de su misión, visión y valores de la empresa, el 30.77% no los han definido, y el 0.96% no sabe no opinan.

8. ¿Se han planteado objetivos y metas estratégicos de la empresa?

Tabla 10.

Planteamiento de objetivos y metas

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	69	69	0.6635	0.6635	66.35	66.35
No	31	100	0.2981	0.9615	29.81	96.15
No sabe/no opina	4	104	0.0385	1.0000	3.85	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

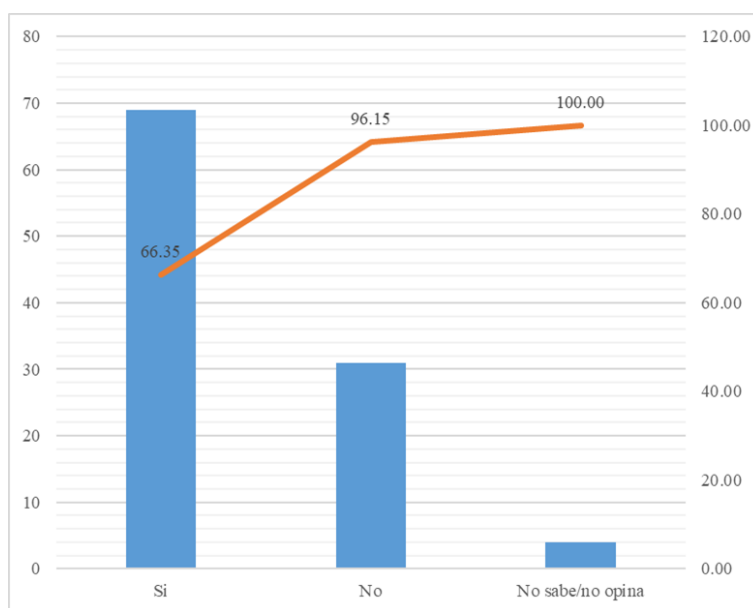


Figura 8. Planteamiento de objetivos y metas [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 66.35% señalaron que se han planteado las metas y objetivos estratégicos de la empresa, el 29.81% señalan de que no lo han realizado y el 3.85% no saben no opinan.

9. ¿Se tiene como instrumento de trabajo el plan operativo debidamente sustentado presupuestariamente?

Tabla 11.

Instrumento de trabajo el plan operativo

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	33	33	0.3173	0.3173	31.73	31.73
No	69	102	0.6635	0.9808	66.35	98.08
No sabe/no opina	2	104	0.0192	1.0000	1.92	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

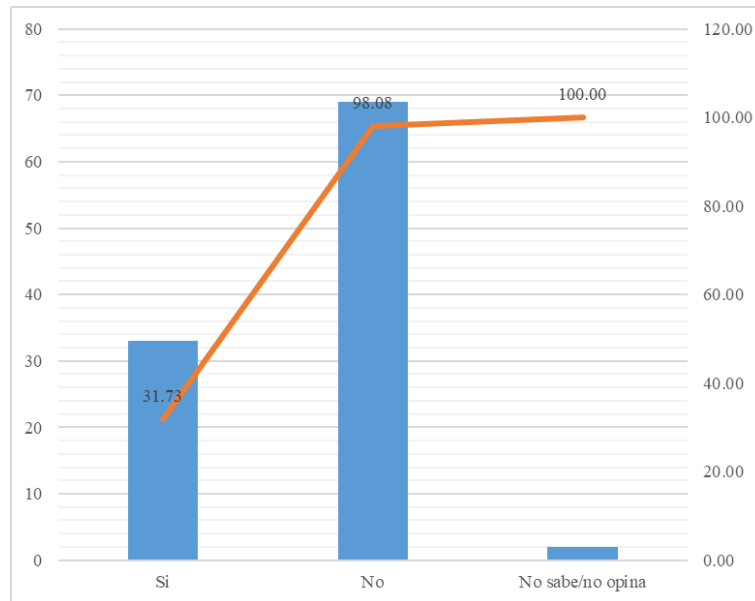


Figura 9. Instrumento de trabajo el plan operativo [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 66.35% señalaron que no se tiene como instrumento de trabajo el plan operativo debidamente sustentado presupuestariamente, el 31.73% señalan de que si lo está y el 1.92% no saben no opinan.

10. ¿Se han planteado herramientas de control con indicadores resultantes del plan estratégicos de la empresa?

Tabla 12.

Herramientas de control con indicadores

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	33	33	0.3173	0.3173	31.73	31.73
No	69	102	0.6635	0.9808	66.35	98.08
No sabe/no opina	2	104	0.0192	1.0000	1.92	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

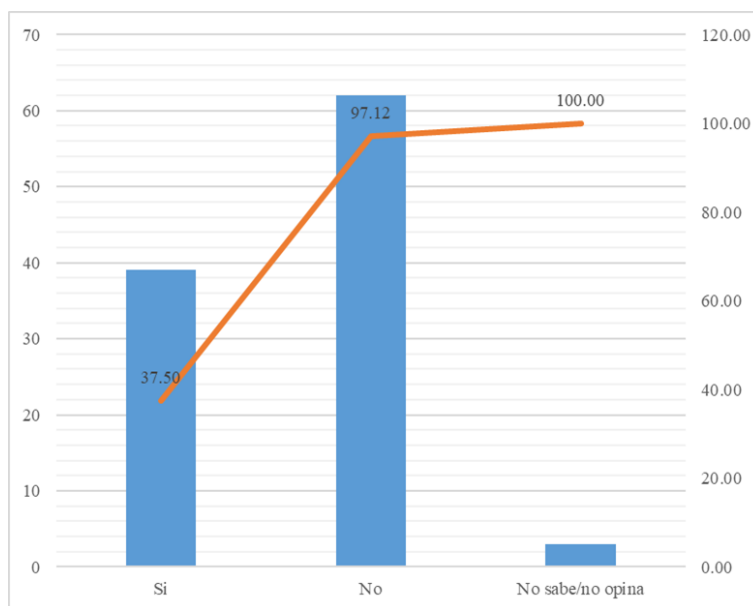


Figura 10. Herramientas de control con indicadores [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 66.35% señalaron que se no han planteado herramientas de control con indicadores resultantes del plan estratégicos de la empresa, el 31.73% señalan de que si lo han realizado, y el 1.92% no sabe no opinan.

II. De las dimensiones estructurales y contextuales de la DO:

11. ¿Se han planteado formalizando adecuadamente los procedimientos, la descripción de funciones, las regulaciones y manual de políticas de la empresa?

Tabla 13.

Formalización de procedimientos

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Si	70	70	0.6731	0.6731	67.31	67.31
No	31	101	0.2981	0.9712	29.81	97.12
No sabe/no opina	3	104	0.0288	1.0000	2.88	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

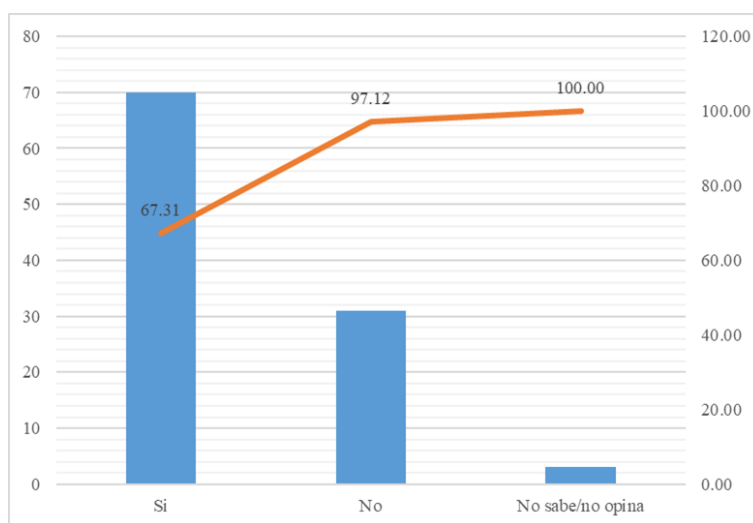


Figura 11. Formalización de procedimientos [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 67.31% señalaron que se han planteado formalizando adecuadamente los procedimientos, la descripción de funciones, las regulaciones y manual de políticas de la empresa, el 29.81% señalan que no y el 2.88% no sabe no opinan.

12. ¿Se tiene una especialización del personal de la empresa?

Tabla 14.

Especialización del personal

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Alta	22	22	0.2115	0.2115	21.15	21.15
Media	75	97	0.7212	0.9327	72.12	93.27
Baja	7	104	0.0673	1.0000	6.73	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

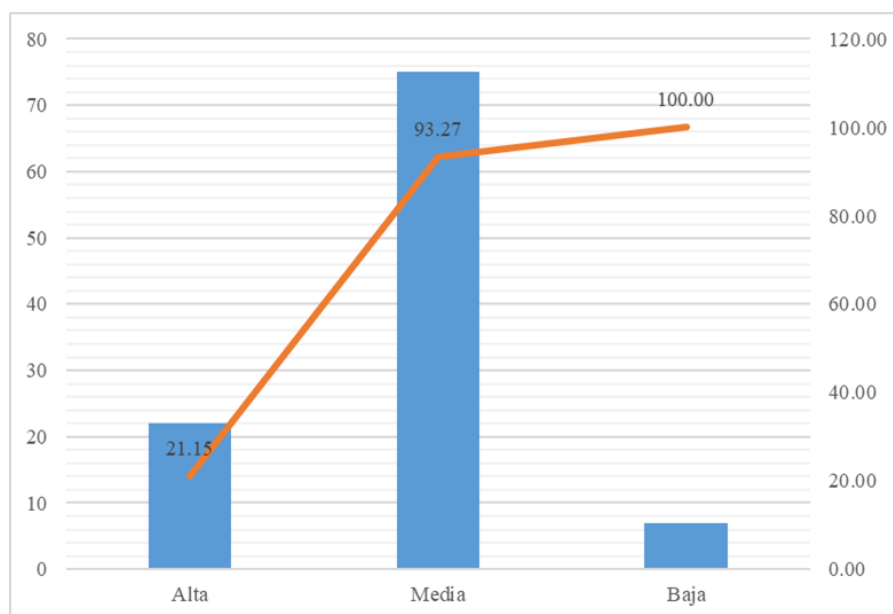


Figura 12. Especialización del personal [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 72.12% señalaron que se tiene una especialización media del personal de la empresa, el 21.15% señalan que tienen una especialización alta, y el 6.73% baja.

13. ¿Se han establecido jerarquías de autoridad en la empresa?

Tabla 15.

Jerarquización de autoridades

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Alta	81	81	0.7788	0.7788	77.88	77.88
Media	19	100	0.1827	0.9615	18.27	96.15
Baja	4	104	0.0385	1.0000	3.85	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

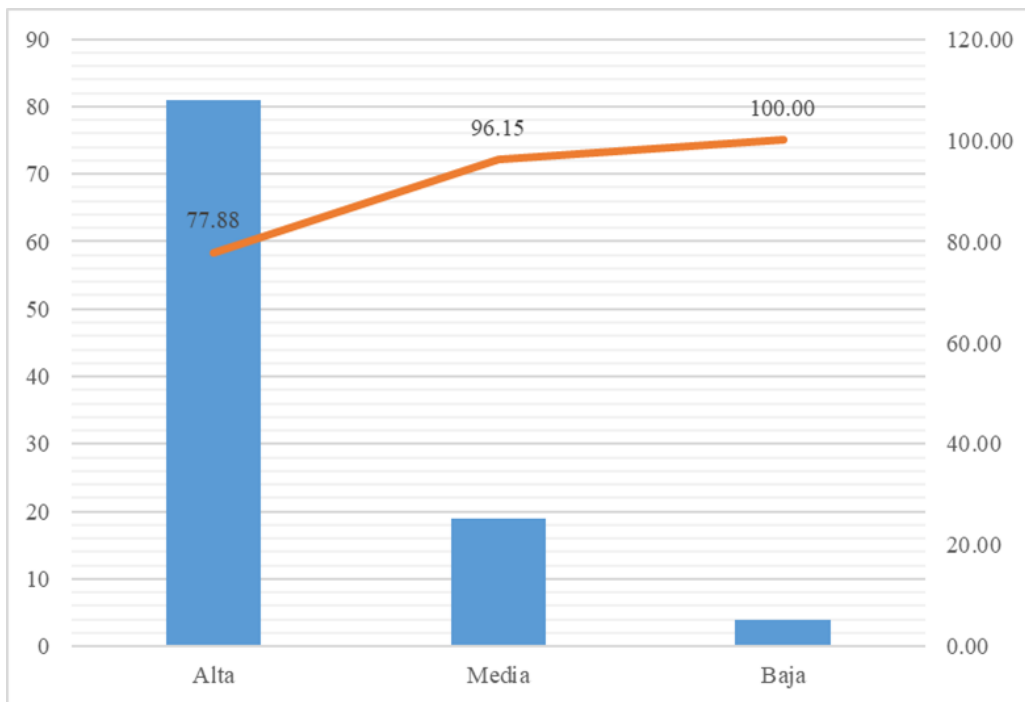


Figura 13. Jerarquización de autoridades [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 77.88% señalaron que se han establecido altas jerarquías de autoridad en la empresa, el 18.27% señalan que lo tienen en un nivel media, y el 3.85% señalan en un nivel bajo.

14. ¿Qué tipo de decisiones se realizan en la empresa?

Tabla 16.

Las decisiones en la empresa

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Decisiones centralizadas	89	89	0.8558	0.8558	85.58	85.58
Decisiones descentralizadas	14	103	0.1346	0.9904	13.46	99.04
No sabe/no opina	1	104	0.0096	1.0000	0.96	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

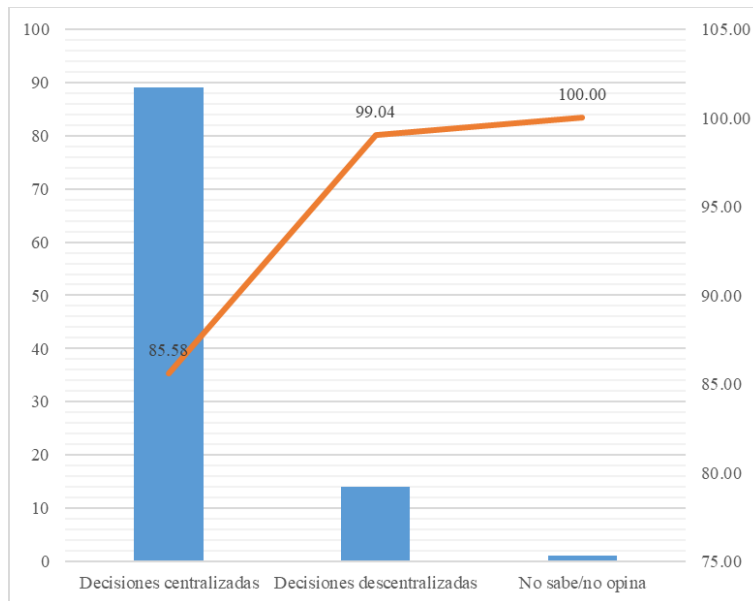


Figura 14. Las decisiones en la empresa [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 85.58% señalaron que el tipo de decisiones que se toman en la empresa son centralizadas, el 13.46% lo realizan en forma descentralizadas, y el 0.96% no sabe no opina.

15. ¿Qué nivel de capacitación tiene el personal de la empresa?

Tabla 17.

Nivel de capacitación

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Alta	5	5	0.0481	0.0481	4.81	4.81
Media	14	19	0.1346	0.1827	13.46	18.27
Baja	85	104	0.8173	1.0000	81.73	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

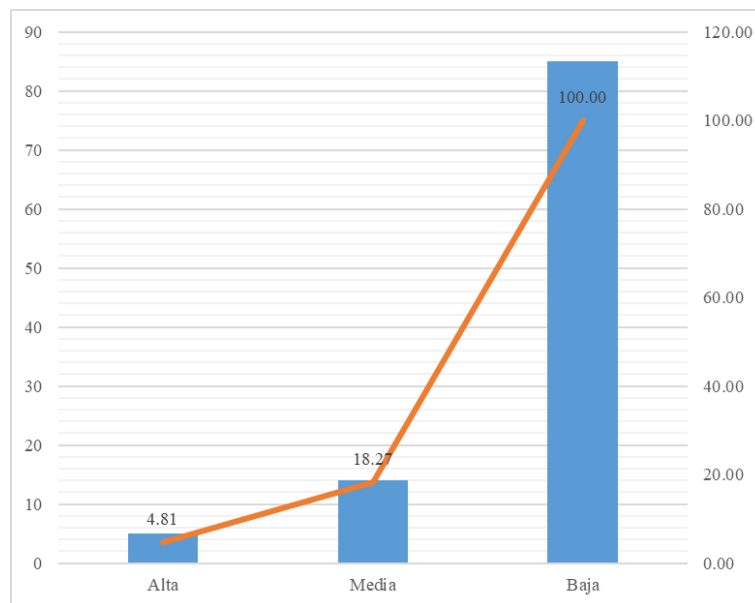


Figura 15. Nivel de capacitación [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 81.73% señalaron que el nivel de capacitación se tiene en la empresa, el 13.46% señalan tener un nivel de capacitación baja y un 4.81% alta.

16. ¿Qué nivel de implementación de Tecnología de Información y Comunicaciones, Tacs se tiene en la empresa?

Tabla 18.

Nivel de implementación de la TIC's

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Alta	24	24	0.2308	0.2308	23.08	23.08
Media	78	102	0.7500	0.9808	75.00	98.08
Baja	2	104	0.0192	1.0000	1.92	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

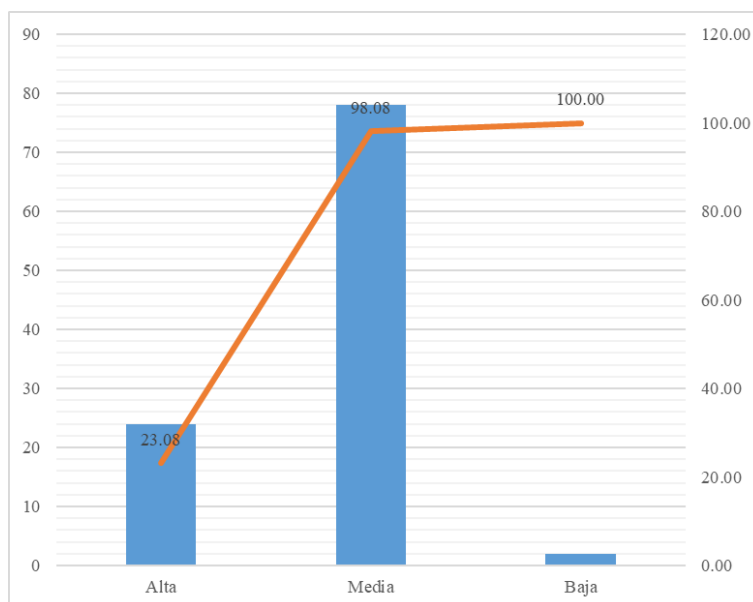


Figura 16. Nivel de implementación de la TIC's [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 75.00% señalaron que tienen un nivel medio de implementación de Tecnología de Información y Comunicaciones, el 23.08% señalan tener un nivel de alto y el 1.92% baja.

17. ¿Se tiene un comportamiento ético como base de la cultura organizacional?

Tabla 19.

Comportamiento ético

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Alta	64	64	0.6154	0.6154	61.54	61.54
Media	35	99	0.3365	0.9519	33.65	95.19
Baja	5	104	0.0481	1.0000	4.81	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

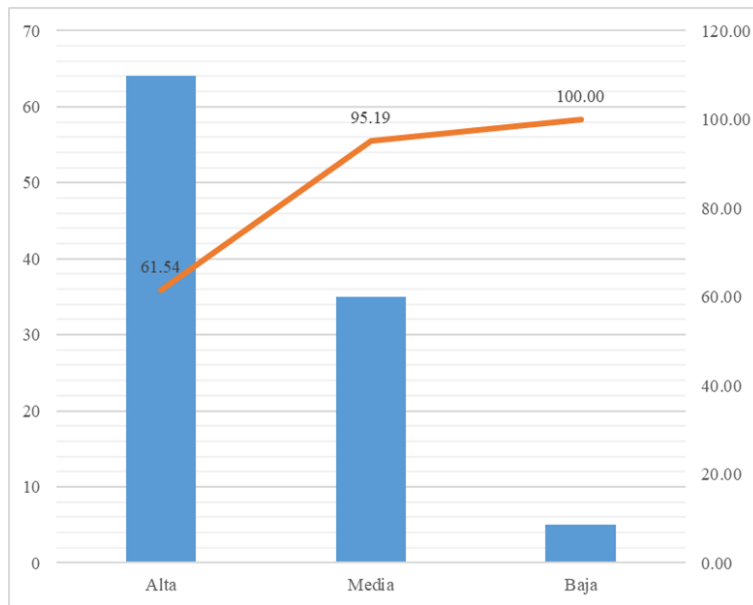


Figura 17. Comportamiento ético [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 61.54% señalaron que tienen un comportamiento ético alta, el 33.64% tiene un comportamiento medio y el 4.81% tienen un nivel bajo.

III. Específicas

18. ¿Considera usted que el planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

Tabla 20.

El planeamiento estratégico y el desarrollo organizacional

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Completamente de acuerdo	30	30	0.2885	0.2885	28.85	28.85
De acuerdo	57	87	0.5481	0.8365	54.81	83.65
No sabe/no opina	2	89	0.0192	0.8558	1.92	85.58
En desacuerdo	12	101	0.1154	0.9712	11.54	97.12
Completamente en desacuerdo	3	104	0.0288	1.0000	2.88	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

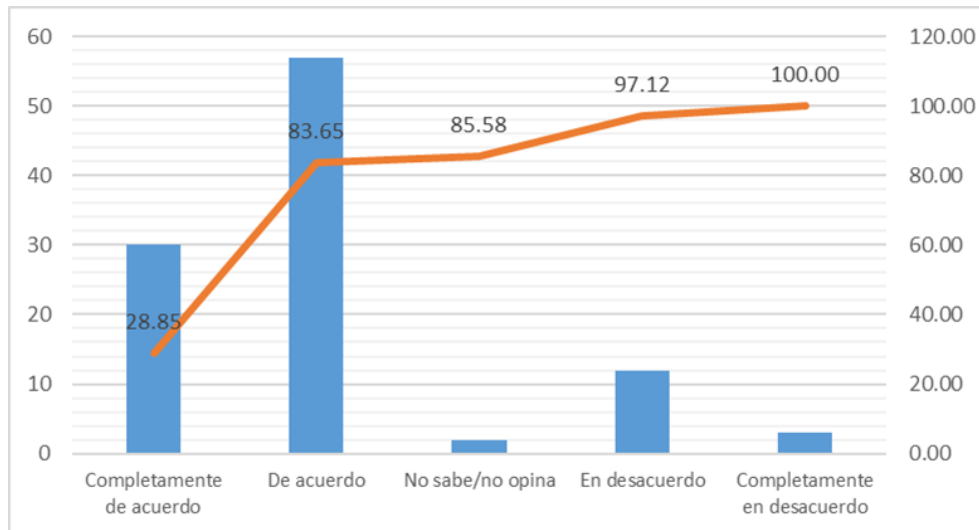


Figura 18. El planeamiento estratégico y el desarrollo organizacional [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 54.81% están de acuerdo en considerar que el planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución, el 28.85% están completamente de acuerdo, el 11.54% están en desacuerdo, el 2.88% están completamente en desacuerdo, y el 1.92% no sabe no opina.

19. ¿Considera usted que el proceso sistemático y metodológico del planeamiento estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

Tabla 21.

El proceso sistemático y metodológico, y el desarrollo organizacional

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Completamente de acuerdo	31	31	0.2981	0.2981	29.81	29.81
De acuerdo	47	78	0.4519	0.7500	45.19	75.00
No sabe/no opina	1	79	0.0096	0.7596	0.96	75.96
En desacuerdo	15	94	0.1442	0.9038	14.42	90.38
Completamente en desacuerdo	10	104	0.0962	1.0000	9.62	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

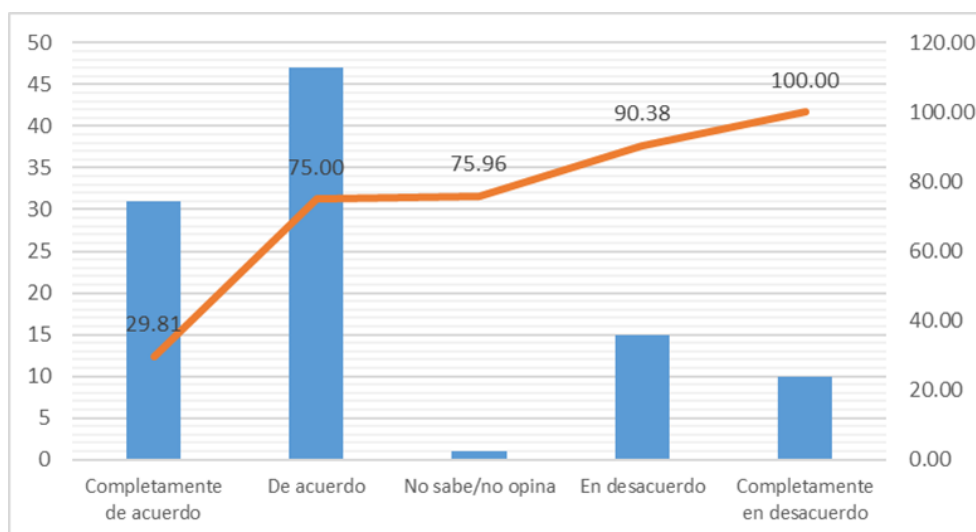


Figura 19. El proceso sistemático y metodológico, y el desarrollo organizacional [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 45.19% señalan estar de acuerdo al considerar que el proceso sistemático y metodológico del planeamiento estratégico influye en el desarrollo organizacional de las empresas de distribución, el 29.81% están completamente de acuerdo, el 14.42% están en desacuerdo, el 9.62% están completamente en desacuerdo, y el 0.96% no sabe no opina.

20. ¿Considera usted que los factores externos e internos que permiten impulsar el planeamiento estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

Tabla 22.

Los factores externos e internos y el desarrollo organizacional

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Completamente de acuerdo	31	31	0.2981	0.2981	29.81	29.81
De acuerdo	48	79	0.4615	0.7596	46.15	75.96
No sabe/no opina	2	81	0.0192	0.7788	1.92	77.88
En desacuerdo	15	96	0.1442	0.9231	14.42	92.31
Completamente en desacuerdo	8	104	0.0769	1.0000	7.69	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

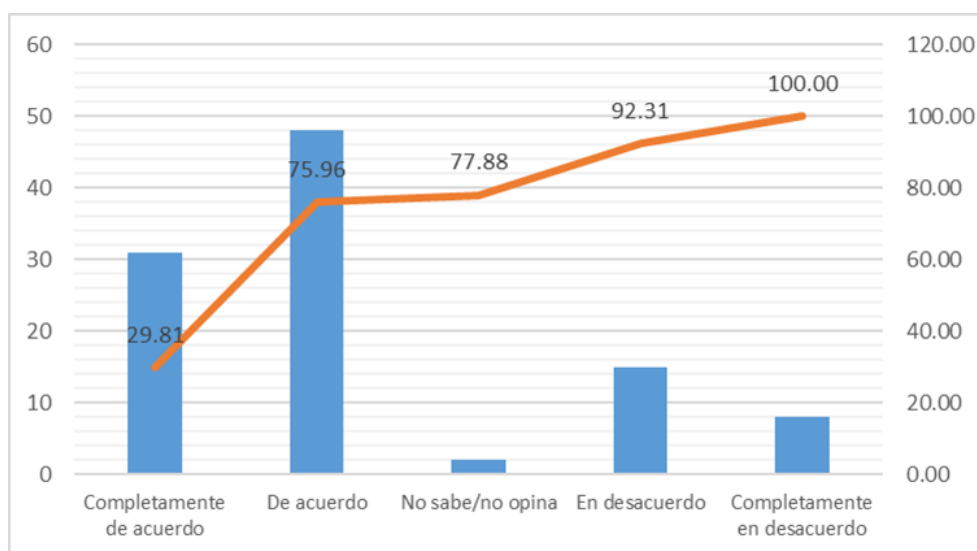


Figura 20. Los factores externos e internos y el desarrollo organizacional [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 46.15% señalan estar de acuerdo al considerar que los factores externos e internos que permiten impulsar el planeamiento estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución, el 29.81% están completamente de acuerdo, el 14.42% están en desacuerdo, el 9.62% están completamente en desacuerdo, y el 1.92% no sabe no opina.

21. ¿Considera usted que el planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

Tabla 23.

La identificación de los factores clave de éxito y el desarrollo organizacional

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Completamente de acuerdo	29	29	0.2788	0.2788	27.88	27.88
De acuerdo	37	66	0.3558	0.6346	35.58	63.46
No sabe/no opina	5	71	0.0481	0.6827	4.81	68.27
En desacuerdo	30	101	0.2885	0.9712	28.85	97.12
Completamente en desacuerdo	3	104	0.0288	1.0000	2.88	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

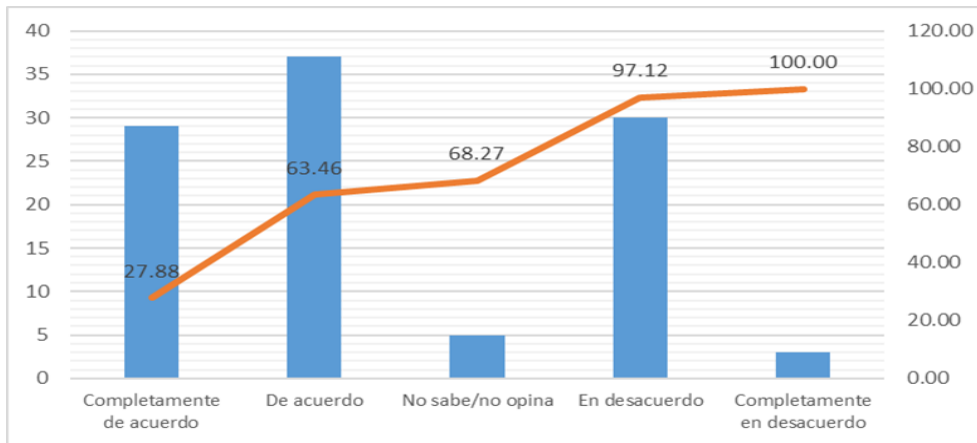


Figura 21. La identificación de los factores clave de éxito y el desarrollo organizacional

[Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 35.58% señalan estar en desacuerdo al considerar que el planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución, el 28.85% están en desacuerdo, el 27.88% están completamente de acuerdo, el 4.81% no sabe no opina, y el 2.88% están completamente en desacuerdo.

22. ¿Considera usted que el uso adecuado de la tecnología de información y de las comunicaciones influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

Tabla 24.

Las TIC's y el desarrollo organizacional

	fr.absoluta	fr.acumulada	fr.relativa	Fr.RELATIVA	fr.rel.(%)	Fr.REL.(%)
Completamente de acuerdo	62	62	0.5962	0.5962	59.62	59.62
De acuerdo	25	87	0.2404	0.8365	24.04	83.65
No sabe/no opina	0	87	0.0000	0.8365	0.00	83.65
En desacuerdo	7	94	0.0673	0.9038	6.73	90.38
Completamente en desacuerdo	10	104	0.0962	1.0000	9.62	100.00
TOTAL	104		1.0000		100.00	

Nota.Fuente:Elaboración propia

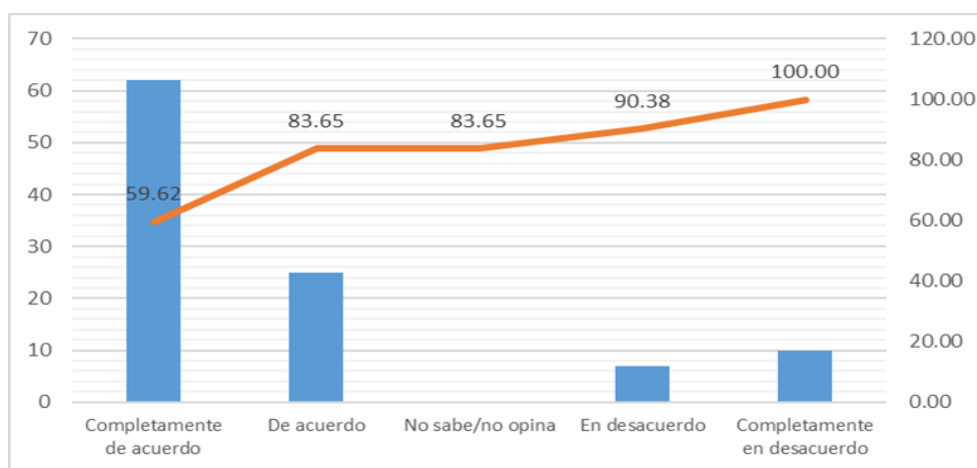


Figura 22. Las TIC's y el desarrollo organizacional [Gráfico].Elaboración propia

Resultados: basados en el consolidado de los datos recolectados, apreciamos que el 59.62% señalan estar completamente de acuerdo al considerar que el uso adecuado de la tecnología de información y de las comunicaciones influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución, el 24.04% están de acuerdo, el 9.62% están completamente en desacuerdo, y el 6.73% están en desacuerdo.

4.2. Contrastación de hipótesis

4.2.1 Contrastación de la hipótesis principal

H0: El Planeamiento Estratégico no influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura.

Ha: El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura.

Tabla 25.

Contrastación de hipótesis principal

RESPUESTAS	f.obsservada	f. esperada	ChiCuadrada	
Completamente de acuerdo	30	35	36.4	1.13
De acuerdo	57	30	31.2	21.33
No sabe/no opina	2	5	5.2	1.97
En desacuerdo	12	20	20.8	3.72
Completamente en desacuerdo	3	10	10.4	5.27
	104	100	104	33.42
Para:				
Nivel de significancia	0.05			
Grados de libertad	4			
ChiCuadrada	9.49			
Factor de correlación	0.81343665			

Nota.Fuente:Elaboración propia

La tabulación de los resultados acondicionados para aplicar la distribución seleccionada se trabajó con 4 grados de libertad y un nivel de significación del 0.05, proporcionando un valor teórico de 9.49. El valor práctico se tuvo el criterio de establecer porcentajes diferenciados para la frecuencia esperada alcanzando un valor de 33.42, con una buena correlación de las variables de 0.81. En consecuencia, confirmamos la hipótesis Ha: “El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura”.

4.2.2 Contrastación de la hipótesis específica 1:

H0: El Planeamiento Estratégico no influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a su proceso sistemático y metodológico.

Ha: El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a su proceso sistemático y metodológico.

Tabla 26.

Contrastación de hipótesis específica 1

RESPUESTAS	f.obs.	f. esperada	ChiCuadrada	
Completamente de acuerdo	31	35	36.4	0.80
De acuerdo	47	30	31.2	8.00
No sabe/no opina	1	5	5.2	3.39
En desacuerdo	15	20	20.8	1.62
Completamente en desacuerdo	10	10	10.4	0.02
	104	100	104	13.83
Para:				
Nivel de significancia	0.05			
Grados de libertad	4			
ChiCuadrada	9.49			
Factor de correlación	0.88099751			

Nota.Fuente:Elaboración propia

La tabulación de los resultados acondicionados para aplicar la distribución seleccionada se trabajó con 4 grados de libertad y un nivel de significación del 0.05, proporcionando un valor teórico de 9.49. El valor práctico se tuvo el criterio de establecer porcentajes diferenciados para la frecuencia esperada alcanzando un valor de 13.83, con una buena correlación de las variables de 0.88. En consecuencia, confirmamos la hipótesis Ha: “El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a su proceso sistemático y metodológico”.

4.2.3 Contrastación de la hipótesis específica 2:

H0: El Planeamiento Estratégico no influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a los factores externos e internos que permitan impulsarla.

Ha: El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a los factores externos e internos que permitan impulsarla.

Tabla 27.

Contrastación de hipótesis específica 2

RESPUESTAS	f.obs.	f. esperada	ChiCuadrada	
Completamente de acuerdo	31	35	36.4	0.80
De acuerdo	48	30	31.2	9.05
No sabe/no opina	2	5	5.2	1.97
En desacuerdo	15	20	20.8	1.62
Completamente en desacuerdo	8	10	10.4	0.55
	104	100	104	13.99
Para:				
Nivel de significancia	0.05			
Grados de libertad	4			
ChiCuadrada	9.49			
Factor de correlación	0.87694797			

Nota.Fuente:Elaboración propia

La tabulación de los resultados acondicionados para aplicar la distribución seleccionada se trabajó con 4 grados de libertad y un nivel de significación del 0.05, proporcionando un valor teórico de 9.49. El valor práctico se tuvo el criterio de establecer porcentajes diferenciados para la frecuencia esperada alcanzando un valor de 13.99, con una buena correlación de las variables de 0.876. En consecuencia, confirmamos la hipótesis Ha: “El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a los factores externos e internos que permitan impulsarla”.

4.2.4 Contrastación de la hipótesis específica 3

H0: El Planeamiento Estratégico no influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito.

Ha: El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito.

Tabla 28.

Contrastación de hipótesis específica 3

RESPUESTAS	f.obs.	f. esperada		ChiCuadrada
Completamente de acuerdo	29	35	36.4	1.50
De acuerdo	37	30	31.2	1.08
No sabe/no opina	5	5	5.2	0.01
En desacuerdo	30	20	20.8	4.07
Completamente en desacuerdo	3	10	10.4	5.27
	104	100	104	11.92
Para:				
Nivel de significancia	0.05			
Grados de libertad	4			
ChiCuadrada	9.49			
Factor de correlación	0.87670026			

Nota.Fuente:Elaboración propia

La tabulación de los resultados acondicionados para aplicar la distribución seleccionada se trabajó con 4 grados de libertad y un nivel de significación del 0.05, proporcionando un valor teórico de 9.49. El valor práctico se tuvo el criterio de establecer porcentajes diferenciados para la frecuencia esperada alcanzando un valor de 11.92, con una buena correlación de las variables de 0.876. En consecuencia, confirmamos la hipótesis Ha: “El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito”.

4.2.5 Contrastación de la hipótesis específica 4

H0: El Planeamiento Estratégico no influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al uso adecuado de la tecnología.

Ha: El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al uso adecuado de la tecnología.

Tabla 29.

Contrastación de hipótesis principal

RESPUESTAS	f.obs.	f. esperada		ChiCuadrada
Completamente de acuerdo	62	35	36.4	18.00
De acuerdo	25	30	31.2	1.23
No sabe/no opina	0	5	5.2	5.20
En desacuerdo	7	20	20.8	9.16
Completamente en desacuerdo	10	10	10.4	0.02
	104	100	104	33.61

Para:

Nivel de significancia	0.05
Grados de libertad	4
ChiCuadrada	9.49
Factor de correlación	0.85498603

Nota.Fuente:Elaboración propia

La tabulación de los resultados acondicionados para aplicar la distribución seleccionada se trabajó con 4 grados de libertad y un nivel de significación del 0.05, proporcionando un valor teórico de 9.49. El valor práctico se tuvo el criterio de establecer porcentajes diferenciados para la frecuencia esperada alcanzando un valor de 33.61, con una buena correlación de las variables de 0.854. En consecuencia, confirmamos la hipótesis Ha: “El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al uso adecuado de la tecnología”.

Capítulo V

Discusiones

5.1. Discusión de resultados

La investigación realizada contemplo una metodología adecuada para las ciencias sociales y específicamente para un entorno del planeamiento estratégico, la misma que establece como una población determinada y con el personal de gestión. Realizado los cálculos utilizando el muestreo proporcional, se encuestaron a los directivos o personas de gestión seleccionas al azar y sin reemplazo.

Se tienen los siguientes resultados que son básicos de la evaluación:

- el 75.96% de los encuestados señalan que la empresa formuló su Plan Estratégico;
- el 60.58% de los encuestados señalan que se realiza el análisis permanente de las variables externas;
- el 74.04% de los encuestados señalan que han identificado claramente las fortalezas y debilidades de la empresa;
- el 55.84% de los encuestados señalan que se ha formulado estrategias genéricas de la empresa en función al precio;
- el 69.23% de los encuestados señalan que se han formulado estrategias específicas;
- el 68.27% de los encuestados señalan que se tiene bien definido su direccionamiento estratégico (V,M,V);
- el 66.35% de los encuestados señalan que se han planteado las metas y objetivos estratégicos;
- el 66.35% de los encuestados señalan que no se tiene como instrumento de trabajo el plan operativo debidamente sustentado presupuestariamente;

- el 66.35% de los encuestados señalan que se no han planteado herramientas de control con indicadores resultantes del plan estratégicos de la empresa;
- el 72.12% de los encuestados señalan que se tiene una especialización media del personal de la empresa;
- el 77.88% de los encuestados señalan que se han establecido altas jerarquías de autoridad en la empresa;
- el 85.58% señalan que las decisiones son centralizadas;
- el 81.73% señalan que el nivel de capacitación se tiene en la empresa;
- el 75.00% señalan que tienen un nivel medio de implementación de Tecnología de Información y Comunicaciones;
- el 61.54% señalan que tienen un comportamiento ético alta;
- el 54.81% están de acuerdo al considerar que el planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución;
- el 45.19% consideran que el proceso sistemático y metodológico del planeamiento estratégico influye en el desarrollo organizacional de las empresas de distribución;
- el 46.15% consideran que los factores externos e internos que permiten impulsar el planeamiento estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución;
- el 35.58% consideran que el planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución;
- el 59.62% consideran que el uso adecuado de las TIC's en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución.

Capítulo VI

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

1. El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura.
2. El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a su proceso sistemático y metodológico.
3. El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto a los factores externos e internos que permitan impulsarla.
4. El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito.
5. El Planeamiento Estratégico si influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución de la Provincia de Huaura, respecto al uso adecuado de la tecnología.

6.2. Recomendaciones

1. El Planeamiento Estratégico tendrá su efecto en la medida que sea un trabajo conjunto, por lo que se recomienda involucrar a todo el personal, desde el análisis de las fortaleza y debilidades hasta el planteamiento de estrategias, así como darlas a conocer para que generen compromiso de ellos con la empresa.

2. La empresa debe ser sistemática y metodológica, por lo que se recomienda la implementación de Gestión por Procesos, una forma de enfocar el trabajo, persiguiendo la mejora continua de las actividades que conforman los procesos en la empresa.
3. Las empresas exitosas para poder lograrlo deben de conocer los factores externos e internos que permitan impulsarla, por eso es importante que el análisis estratégico sea desarrollado y actualizado en forma permanente y poder enrumbar a buenos puertos, si hay cambios en las tendencias del mercado. Si se tiene una vigilancia estratégica permanente, avizoraremos cambios del mercado muy rápidamente.
4. El planeamiento estratégico debe ser un proceso continuo de evaluación de las variables que permitan focalizar su evolución y plantear nuevas e ingeniosas estrategias para mantenerse participativo en un mercado muy dinámico y competitivo.
5. La tecnología avanza muy rápidamente en estos tiempos, por lo que es recomendable mantenerse al día en los cambios y por lo tanto capacitar permanentemente a los trabajadores para realizar un uso adecuado de ella.

Capítulo VII

Referencias

7.1 Fuentes bibliográficas

- Amaya, J. (2012). *Gerencia: Planeación & Estrategia, Fundamentos Modelos y Software*. Santiago de Chile: Antártica.
- Ansoff, H. (1987). *Estrategia de la empresa*. Barcelona: Editorial Deusto.
- Bennis, W. (1981). *Bennis, W. G. (1981). Formación de equipos*. México: McGraw-Hill.
- Ceplan. (2022). Página oficial Ceplan. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/ceplan/institucional>
- Ceplan. (2017). *Guía para el planeamiento institucional*. Recuperado de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://www.une.edu.pe/planeamiento/docs/documentos-normativos/Guia%20para%20el%20planeamiento%20Institucional-060617.pdf>
- Ciscar, C. (1988). *Organización y Acción Directiva*. Madrid: Narcea.
- David, F.R. (2008). *Conceptos de administración estratégica*, Decimoprimer edición. México D.F.: Pearson Educación.
- Eljadue, A. Y. (11 de agosto de 2017). *Diseño de un Plan Estratégico para la Corporación Incate. (Tesis de maestría)*. Universidad del Norte, Facultad de Ingenierías, Maestría en Ingeniería Administrativa, Barranquilla. Obtenido de Universidad del Norte- Colombia: <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream>

- Espinoza, D. L. (25 de julio de 2012). *Plan Estratégico del Sector Lácteo de Cajamarca. (Tesis de maestría)*. . Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú, Escuela de Posgrado, Lima. : <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/h>
- French, W. y. (1996). *Desarrollo organizacional. Aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organización*. . México D.F.: Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.
- García, V. (2004). *Aprendizaje organizacional: delimitación y determinantes estratégicos*. Granada: Editorial de la Universidad de Granada.
- Gaspar, A. (02 de octubre de 2019). *Propuesta de mejora del clima organizacional en fundaciones de servicio social a través de la incorporación del salario emocional caso: Fundación Sangre de Cristo. (Tesis de Maestría)*. . Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Académica La Paz: <http://104.207.147.154.8080/handle/54000/721>
- Guízar, R. (2013). *Desarrollo Organizacional: Principios y aplicaciones*. México D.F.: Editorial Mac Graw Hill.
- Jones, G. y George, J. (2009). *Administración Contemporánea*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Mintzberg, H. B. (1997). *El proceso estratégico. Conceptos, contextos y casos*. México: Editorial Prentice Hall.
- Morrisey, G. (1996). *Planeación táctica: Produciendo resultados en corto plazo*. México : Editorial Prentice Hall Hispanoamericana.
- Rheault, J. (1996). *Introducción a la teoría de las decisiones con aplicaciones a la administración*. México: Editorial Limusa.
- Robbins, S. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México : edición Pearson Education.

- Sáinz, L. (25 de febrero de 2020). *Planeación estratégica, filosofía, proceso y estructura*.
. Obtenido de <http://www.intelegis.com.mx/>
- Silva, A. M. (2010). *Elementos filosóficos de la planeación estratégica*. Mexico: UIS.
- Steiner, G. (1996). *Planeación Estratégica: lo que todo director debe saber, una guía paso a paso*. México: Editorial Continental.
- Stoner, J. F. (2003). *Administración*. Madrid: Editorial Pearson Prentice Hall.
- Thompson, A. y. (1995). *Dirección y administración Estratégicas*. Madrid: Addison Wesley Iberoamericana.
- Van Gich (1978). *Teoría General de Sistemas Aplicada*. México D.F.: Editorial Trillas.
- Wong, L. (16 de noviembre de 2019). *Plan estratégico 2019 – 2021 para la mejora de la gestión empresarial de Almacenes de la selva S.A.C., Tarapoto. (Tesis de maestría)*. Obtenido de Tarapoto. (Tesis de maestría): <http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream>

Anexo 01

Instrumento para la toma de datos

I. De las dimensiones del planeamiento estratégico:

1. ¿La empresa formuló su Plan Estratégico?

Si

No

No sabe/no opina

2. ¿Se realiza un análisis permanente de las variables externas e internas a la empresa?

Si

No

No sabe/no opina

3. ¿Se ha identificado claramente las oportunidades amenazas del mercado?

Si

No

No sabe/no opina

4. ¿Se ha identificado claramente las fortalezas y debilidades de la empresa?

Si

No

No sabe/no opina

5. ¿Se ha formulado estrategias genéricas de la empresa?

Precio Calidad Rapidez Diversidad

6. ¿Se han formulado estrategias específicas de la empresa?

Si

No

No sabe/no opina

7. ¿Se tiene bien definido su direccionamiento estratégico a través de su misión, visión y valores de la empresa?

Si

No

No sabe/no opina

8. ¿Se han planteado las metas y objetivos estratégicos de la empresa?

Si

No

No sabe/no opina

9. ¿Se tiene como instrumento de trabajo el plan operativo debidamente sustentado presupuestariamente?

Si

No

No sabe/no opina

10. ¿Se han planteado herramientas de control con indicadores resultantes del plan estratégicos de la empresa?

Si

No

No sabe/no opina

II. De las dimensiones estructurales y contextuales de la DO:

11. ¿Se han planteado formalizado adecuadamente los procedimientos, la descripción de funciones, las regulaciones y manual de políticas de la empresa?

Si

No

No sabe/no opina

12. ¿Se tiene una especialización del personal de la empresa?

Alta

Media

Baja

13. ¿Se han establecido jerarquías de autoridad en la empresa?

Alta

Media

Baja

14. ¿Qué tipo de decisiones se realizan en la empresa?

Decisiones centralizadas

Decisiones descentralizadas

No sabe/no opina

15. ¿Qué nivel de capacitación tiene el personal en la empresa?

Alta

Media

Baja

16. ¿Qué nivel de implementación de Tecnología de Información y Comunicaciones se tiene en la empresa?

Alta

Media

Baja

17. ¿Se tiene un comportamiento ético como base de la cultura organizacional?

Si

No

No sabe/no opina

III. Específicas

18. ¿Considera usted que el planeamiento Estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

No sabe/no opina

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

19. ¿Considera usted que el proceso sistemático y metodológico del planeamiento estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

No sabe/no opina

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

20. ¿Considera usted que los factores externos e internos que permiten impulsar el planeamiento estratégico influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

Completamente de acuerdo

De acuerdo

No sabe/no opina

En desacuerdo

Completamente en desacuerdo

21. ¿Considera usted que el planteamiento de estrategias a través de la identificación de los factores clave de éxito influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- No sabe/no opina
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

22. ¿Considera usted que el uso adecuado de las TIC's influye en el desarrollo organizacional en las empresas de distribución?

- Completamente de acuerdo
- De acuerdo
- No sabe/no opina
- En desacuerdo
- Completamente en desacuerdo

DR. ELVIS RICAR SANCHEZ GARCIA

ASESOR

DR. LUIS BALDEOS ARDIAN

PRESIDENTE

DR SANTIAGO ERNESTO RAMOS Y YOVERA

SECRETARIO

DR. ABRAHAM CESAR NERI AYALA

VOCAL