

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas

**INFLUENCIA DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA LA TOMA DE
DECISIONES EN LA EMPRESA CORPORACIÓN PACÍFICO E.I.R.L.,
CAJAMARCA 2021**

Bach. Joiver Alexander Mendoza Hoyos

Bach. Laura Teresa Murga Azaña

Asesor:

Dr. Carlos Andrés Gil Jáuregui

Cajamarca – Perú

Mayo - 2022

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Contabilidad y Finanzas

**INFLUENCIA DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA LA TOMA DE
DECISIONES EN LA EMPRESA CORPORACIÓN PACÍFICO E.I.R.L.,
CAJAMARCA 2021**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el
Título Profesional de Contador Público.

Bach. Joiver Alexander Mendoza Hoyos

Bach. Laura Teresa Murga Azaña

Asesor:

Dr. Carlos Andrés Gil Jáuregui

Cajamarca – Perú
Mayo - 2022

COPYRIGHT © 2022 by
MENDOZA HOYOS, JOIVER ALEXANDER
MURGA AZAÑA, LAURA TERESA
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR

PÚBLICO

INFLUENCIA DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA LA TOMA DE DECISIONES EN LA
EMPRESA CORPORACIÓN PACÍFICO E.I.R.L, CAJAMARCA 2021

Presidente: Mg. Carlos Paredes Romero

Secretario: Dr. Armando Montenegro Cabrera

Vocal: Mg. Anthony Rabanal Soriano

Asesor: Dr. Carlos Andrés Gil Jáuregui

DEDICATORIA

A:

Este trabajo de investigación está dedicada a la memoria de mi madre, quien desde el cielo me sigue guiando y a dios por siempre cuidarnos día a día ser el inspirador y darnos las fuerzas y sabiduría para continuar y obtener uno de los anhelos más deseados, estamos motivados por dar un gran paso.

Mendoza Hoyos, Joiver Alexander

Este presente trabajo está dedicado primeramente a Dios quien orienta mi camino, a mi padre que está en el cielo y mi madre que fueron mi impulso para empezar y culminar la carrera de Contabilidad y Finanzas.

También a los docentes que me brindaron sus conocimientos de manera continua y guiarme para crecer profesionalmente con el valor ético correspondiente y así poder enfrentarme al mundo laboral.

Murga Azaña, Laura Teresa

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por haberme apoyado, agradecido siempre por mi familia por compartir su hogar cuando lo necesite gracias a ellos por todo su apoyo a lo largo de mi vida y carrera universitaria gracias por acompañarme en esta etapa, aportando a mi formación profesional y como humano, también a Dios por darnos la salud y bendecirnos siempre, gracias familia por todo siempre estaré agradecido los llevo siempre en el corazón.

Así mismo agradezco a nuestro asesor de tesis Dr. Carlos Andrés Gil Jáuregui por todas las atenciones e información a lo largo de la indagación.

Mendoza Hoyos, Joiver Alexander

A Dios por brindarme vida, bendiciones y guiar mi vida, a mi padre que me guía desde el cielo y mi madre que me sigue impulsando para ser mejor cada día.

A nuestro asesor el Dr. Andrés Gil Jáuregui y a todas las personas que contribuyeron al desarrollo de la presente de investigación.

Murga Azaña, Laura Teresa

RESUMEN

La investigación que presentaremos; se titula: "Influencia del plan estratégico para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021", cuyo objetivo es "Analizar la influencia del plan estratégico para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021" con el propósito de contribuir con el análisis de su entorno interior y exterior que ayudará a tomar decisiones a la gerencia.

Para cumplir con dicho objetivo en el presente estudio utilizaremos el enfoque cualitativo y de diseño descriptivo se observará cada variable, dimensiones se organizará la información de los indicadores para el estudio sin intervenir en el desenvolvimiento de las variables en investigación para permitirnos llegar a las conclusiones y recomendaciones para optimizar la empresa.

La manifestación que realizaremos; especulando sobre los resultados en la actual investigación es que el plan estratégico influye significativamente para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021..

Para entender el análisis y la especulación de los resultados descritos en el párrafo anterior se necesitará recopilar y entender los principales antecedentes; la base teórica que explican las variables y la interpretación de los resultados de los indicadores.

Palabras Claves: Plan estratégico – Toma de decisiones.

ABSTRACT

The research we will present; it is entitled: "Influence of the strategic plan for decision-making in the company Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021"; whose objective is "Analyze the influence of the strategic plan for decision making in the company Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021" with the purpose of contributing to the analysis of its internal and external environment that will help management make decisions.

To meet this objective in this study we will use the qualitative approach and descriptive design each variable will be observed, dimensions the information of the indicators for the study will be organized without intervening in the development of the variables in research to allow us to reach the conclusions and recommendations to optimize the company.

The demonstration that we will carry out; speculating on the results in the current research is that the strategic plan significantly influences decision-making in the company Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021.

To understand the analysis and speculation of the results described in the previous paragraph it will be necessary to collect and understand the main background; the theoretical basis that explains the variables and the interpretation of the results of the indicators.

Keywords: Strategic Plan – Decision Making.

Índice

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
Índice	ix
Lista de figuras	xiii
Lista de tablas	xiii
Lista de Anexos	xv
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1. Planteamiento del problema	2
1.1 Descripción de la realidad problemática	2
1.2 Formulación del Problema	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problema específico	3
1.3 Objetivos de la investigación	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivo específico	3
1.4 Justificación de la investigación	4

1.4.1	Justificación teórica	4
1.4.2	Justificación metodológica	4
1.4.3	Justificación práctica	4
Capitulo II		5
Marco Teórico		5
2. Fundamentos Teóricos de la Investigación		5
2.1	Antecedentes de la investigación.....	5
2.1.1	A nivel internacional	5
2.1.2	A nivel nacional.....	6
2.1.3	A nivel local.....	7
2.2	Marco Histórico	8
2.2.1	Reseña Histórica	8
2.3	Marco Teórico.....	9
2.3.1	Teorías de la planeación estratégica.....	9
2.4	Marco conceptual.....	9
2.4.1	Plan estratégico	9
2.4.2	Toma de decisiones	26
2.4.3	Definiciones de términos básicos	32
2.5	Hipótesis de la investigación	33
2.5.1	Hipótesis general.....	33
2.5.2	Hipótesis específica	33

2.5.3	Operacionalización de variables	34
CAPÍTULO III.....		36
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN		36
3. Metodología.....		36
3.1	Tipo y nivel de investigación.....	36
3.1.1	Tipo de investigación	36
3.1.2	Nivel de investigación.....	36
3.2	Método y diseño de investigación	36
3.2.1	Método de investigación.....	36
3.2.2	Diseño de investigación.....	37
3.3	Población y Muestra de la investigación	38
3.3.1	Población	38
3.3.2	Muestra	38
3.4	Técnicas e instrumentos de la recolección de datos	38
3.4.1	Técnicas de recolección de datos	38
3.4.2	Instrumentos de recolección de datos.....	38
3.5	Aspectos éticos de la investigación	38
Capitulo IV.....		40
Resultados y discusión		40
4. Presentación de resultados.....		40
4.1	Plan Estratégico	40

4.1.1	Misión	40
4.1.3	Valores	42
4.1.4	Objetivos	43
4.1.5	FODA	44
4.2	Toma de decisiones.....	45
4.2.1	Nivel estratégico	45
4.2.2	Nivel táctico	46
4.2.3	Nivel operativo	47
4.3	Contenido del Plan Estratégico	49
4.4	Esquema de toma decisiones.....	50
4.5	Discusión Científica.....	50
CAPÍTULO V		52
5.	Conclusiones y recomendaciones.....	52
5.1	Conclusiones	52
5.2	Recomendaciones.....	53
Referencias		54
Anexos		61

Lista de figuras

Figura 1. Las seis etapas del Plan estratégico.....	12
Figura 2 Misión	14
Figura 3 Visión	14
Figura 4 Organigrama de una micro empresa	20
Figura 5 Evaluación externa	20
Figura 6 Las cinco fuerzas de Porter	21
Figura 7 FODA una herramienta esencial para la empresa	24
Figura 8 Proceso para la toma de decisiones gerenciales	28
Figura 9 Decisiones a largo plazo.....	29
Figura 10 Niveles para la toma de decisiones	31
Figura 11 Contenido del Plan Estratégico para la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L.....	49
Figura 12 Esquema para tomar decisiones para la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L. ...	50

Lista de tablas

Tabla 1.....	35
Tabla 2.....	61

Lista de gráficos

Gráfico 1	40
Gráfico 2	41
Gráfico 3	42
Gráfico 4	43
Gráfico 5	44
Gráfico 6	46
Gráfico 7	47
Gráfico 8	48

Lista de Anexos

Anexo 1	61
Anexo 2	62
Anexo 3	63
Anexo 4	65
Anexo 5	66
Anexo 6	67
Anexo 7	69
Anexo 8	71
Anexo 9	72
Anexo 10	77

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El Plan Estratégico es la principal herramienta de una entidad ya que a través de ella se detalla la misión, visión, la situación externa e interna, los objetivos, se plantean estrategias y se desarrolla estrategias necesarias para alcanzar los objetivos propuestos.

La toma de decisiones consiste en tener una conducta adecuada para identificar el problema hasta resolverlo por eso un poco complejo sino tenemos las herramientas adecuadas, una organización y personal capacitado para cada área en la empresa; el área de gerencia considera que su principal función es tomar decisiones porque consiste en decidir qué debe hacerse, quien, debe hacerlo, cuando y donde hacerlo. Por ello el presente trabajo de investigación hemos tomado que el plan estratégico para la toma de decisiones es un instrumento esencial para la empresa que tengan en claro que necesitan, que deben hacer y porque hacerlo.

El presente trabajo de investigación consta de V capítulos en los cuales son:

Capítulo I: Describimos la introducción, se formuló el problema, objetivos y se detalló la justificación.

Capítulo II: Se realizó el marco teórico de las variables: Plan estratégico y la toma de decisiones y se formuló la hipótesis.

Capítulo III: Se desarrolló el método de investigación.

Capítulo IV: Se describió los resultados.

Capítulo V: Se realizó las discusiones, conclusiones y recomendaciones.

1. Planteamiento del problema

1.1 Descripción de la realidad problemática

A nivel mundial vivimos en un mundo globalizado donde tenemos países más desarrollados que otros, por ello lo que influye es que las empresas tengan un buen liderazgo en sus empresas como en Argentina y Colombia son líderes en el sector vidriero que a pesar de tener una escasez de materia prima a causa de la pandemia de Covid 19 pudieron remplazar el vidrio por el policarbonato.

Lo mismo pasa en el Perú ya que no solo atraviesan la disminución de materia prima y las presentes entidades atraviesan una incertidumbre en el sector vidriero debido a las competencia y rivalidad entre ellos. Por ello, debemos conocer y tener la capacidad adecuada para enfrentar la globalización y tomar la decisión sobre los cambios que se presentan en periodos a corto y largo plazo.

Las pequeñas y medianas empresas en el rubro vidriero en Cajamarca carecen de conocimiento del mercado actual, de la coordinación interna y externa, la mala distribución de trabajo, innovación tecnológica y atención al cliente; como la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L. carece de lo mencionado; en la empresa no cuentan con personal adecuado y capacitado para asumir funciones administrativas, comerciales y operativas. Es por eso que buscamos proponer que sea competitiva en el rubro que se dedica, que tengan una organización en sus funciones y así obtengan objetivos estratégicos claros y breves que se ajusten a la situación de la empresa.

La empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., se dedica al servicio de venta de cristales transparentes, cristales polarizados, cristales refléjales, perfiles de aluminio, servicios de instalación y mantenimiento en general.

Por esta razón la propuesta del plan estratégico es un instrumento que les servirá de guía para tomar decisiones sobre la obtención eficaz y eficiente de metas u objetivos, competencias, logros, debilidades.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo influye el plan estratégico para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021?

1.2.2 Problema específico

¿Cuál es el nivel de planificación estratégica en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021?

¿Cómo es la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021?

¿Qué relación existe entre el plan estratégico y la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar la influencia del plan estratégico para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021.

1.3.2 Objetivo específico

Determinar el nivel de planificación estratégica para la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021.

Analizar la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021.

Determinar la relación entre el plan estratégico y la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación teórica

Bernal (2010) manifiesta que la justificación teórica tiene como plan generar reflexión y realizar una discusión académica sobre el conocimiento ya existente.

La presente investigación, se realizó con el propósito de aportar al conocimiento existente sobre lo importante que es tener un plan estratégico para la toma de decisiones en el área de gerencia lo cual nos permitió alcanzar los objetivos.

1.4.2 Justificación metodológica

Bernal (2010) menciona que la justificación metodológica en un estudio se da cuando generamos un conocimiento confiable y válido.

En la presente investigación, se ejecutó con el fin de orientar al proponer un Plan Estratégico para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L.

1.4.3 Justificación práctica

Bernal (2010) afirma que la justificación práctica se desarrolla cuando la investigación ayuda a solucionar un problema a consecuencia nos propondrá estrategias que ayudará a solucionar.

En la presente investigación, se realizó porque existe la necesidad de una mejora interna y externa por ello ayudo a mejorar esos aspectos con una propuesta de Plan estratégico para la Toma de Decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L.

Capítulo II

Marco Teórico

2. Fundamentos Teóricos de la Investigación

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 A nivel internacional

Suárez (2010) en el país de Ecuador – Sucre sustento “Plan Estratégico de comercialización productos “Sobre la roca”” para que obtengan su grado académico de Magister en Administración de Empresas. Su objetivo de la tesis fue Proponer un Plan estratégico de comercialización para la empresa “Sobre la Roca” que permita incrementar su participación de mercado en la ciudad de Sucre; en donde llego a la siguiente conclusión:

Que el presente estudio determinó que el Plan Estratégico de la empresa “Sobre la Roca”, ayudara a tener una diversificación de productos para sus clientes y así prevé que sus utilidades incrementan.

Proaño (2020) en el país de Ecuador – Quito sustento “Planificación Estratégica para mejorar la gestión administrativa en la empresa Sani Group S.C., en la ciudad de Santo Domingo” para obtener el título de Magister en administración de empresas el objetivo de la investigación fue determinar los principios éticos de la empresa Sani Group S.C., que permitan encaminar hacia un excelente comportamiento por parte de los trabajadores, durante el desarrollo las actividades laborales fortaleciendo la cultura organizacional, en donde llego a la siguiente conclusión:

El Plan Estratégico para la empresa Sani Group S.C. está diseñado desde la misión, visión y objetivos que se plantean

dentro de un largo plazo. Asimismo, de acuerdo a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la compañía, se elaboró la Matriz Space, con la que se identifica que la entidad posee una suficiente fortaleza financiera en el marco de una industria que mantiene un bajo crecimiento. Por este motivo, se han diseñado estrategias con base en las perspectivas: financiera, de cliente, de procesos internos y de aprendizaje. Estas se establecen en coordinación con los directivos de la compañía.

2.1.2 A nivel nacional

Rosales (2019) en la ciudad de Lima se sustentó “El Plan Estratégico para incrementar la exportación de ajo de las PYMES de la región de Arequipa al estado de Acre vía la carretera interoceánica Sur” para obtener el título profesional de licenciada en Administración de Negocios Globales, el objetivo de la investigación es Diseñar un plan Estratégico para incrementar la exportación de ajo de las PYMES de la región de Arequipa al estado de Acre vía la carretera interoceánica Sur, en donde llego a la siguiente conclusión:

Que con el Plan Estratégico que propusieron se lograra fomentar la exportación de ajo de las Pymes de la Región de Arequipa al mercado de Acre mediante capacitaciones de temas logísticos. Documentos y todo referente al mercado brasilero.

Sánchez (2019) en la ciudad de Lima se sustentó “Planeamiento Estratégico y su relación con la calidad de servicios al cliente en la empresa importadora American Service Refrigeration E.I.R.L. Surquillo, 2018” para obtener el título profesional de Licenciado en Administración, el objetivo

de la investigación es determinar efectivamente la relación entre el planeamiento estratégico y la calidad en servicios al cliente de la empresa American Service Refrigeration E.I.R.L. , en donde llego a la siguiente conclusión:

Que existe relación significativa entre el planeamiento estratégico y la fiabilidad de garantía de los servicios que se ofrecen en la Empresa American Service Refrigeration E.I.R.L. Surquillo 2018.

2.1.3 A nivel local

Amanbal & Portal (2019) en el departamento de Cajamarca se sustentaron “El Plan Estratégico para la empresa Corporación Techno Food E.I.R.L., Cajamarca 2019 - 2023” para obtener su título profesional de licenciado en Administración y Negocios Internacionales, su objetivo fue formular la visión, misión y valores institucionales de la empresa Corporación Techno Food E.I.R.L tiene como propósito de alcanzar un posicionamiento en el mercado; en donde llego a la siguiente conclusión:

Que en su trabajo del plan estratégico realizaron una investigación tanto de los factores externos que podrían afectar a la empresa identificando las oportunidades y las amenazas con la cuenta, con la cual se ha determinado que la empresa Corporación Techno Food E.I.R.L. tiene un gran potencial de desarrollo para posicionarse en el mercado local y nacional de chorizo ahumado por lo que no existe aún competencia en el mercado local; como los factores internos, se identificó las fortalezas dentro de las que destacaron que tiene local propio y

que brindaran un producto nuevo de nivel artesanal, y las debilidades que tiene que mejorar es la falta de publicidad del producto.

Muñoz (2019) en el departamento de Cajamarca se sustentó “Plan estratégico 2019 – 2021, para mejorar la competitividad y satisfacer la necesidad de servicios médicos de la mujer y el niño en el centro médico Divino Niño, en el distrito de Cajamarca” para obtener el título profesional de licenciado en Administración, el objetivo de la investigación fue formular un plan estratégico, que permita mejorar la competitividad y satisfacer la necesidad de servicios de la mujer y el niño para el centro médico Divino Niño. , en donde los autores llegaron a las siguiente conclusión:

Que, en la ejecución de este presente plan estratégico, para el dentro medico Divino Niño, permitirá generar competitividad en el desarrollo de sus actividades y con ello la satisfacción de los usuarios.

2.2 Marco Histórico

2.2.1 Reseña Histórica

Vidriería Corporación Pacifico empezó como un pequeño negocio informal en el año 2013 elaborando espejos y andamios con dirección en los alisos N° 263; luego el 06 de julio del 2017 se formalizaron como Servicios generales Corporación Pacifico E.I.R.L con dirección Jr. Chanchamayo N° 1178. Esta empresa está dedicada a la transformación de productos en vidrio donde se crean artículos decorativos, y otros productos en vidrio. Sus principios les permiten vender sus productos de calidad.

La vidriería cuenta con el respaldo de 8 años de experiencia laboral.

En la actualidad existen ha crecido tanto en ventas y experiencia con más productos para ofrecer al público siempre tratar de famializar a sus clientes con descuentos exclusivos para ellos ya sean empresas o domicilios.

2.3 Marco Teórico

2.3.1 Teorías de la planeación estratégica

Koontz, O'Donnell, & Weihrich (1985) afirma que la planeación estratégica es una función administrativa que consta en elegir entre varias opciones. Esto involucra la misión, los objetivos las políticas las operaciones y las presentaciones de una empresa, esto nos lleva a dónde queremos ir para una determinación bien ejecutada para las vías de operación.

Ackoff (1988) menciona que la planeación estratégica en las empresas es una necesidad una causa además considera que encaminar que esta sea lucrativa, además esta función es una toma de decisión anticipada donde se decide qué acciones realizar para obtener y conseguir logros positivos en la actualidad.

Kast (1979) manifiesta que la toma de decisiones es esencial para una entidad, conducta de la entidad ya que permite tener los medios de control y coherencia de los sistemas.

Claver (2000) define que la toma de decisiones no siempre es igual, tampoco tienen las mismas consecuencias por ello nos da a conocer que la decisión se debe elegir entre varias alternativas.

2.4 Marco conceptual

2.4.1 Plan estratégico

A. Estrategia

La estrategia se conceptualiza como un análisis de acciones planificadas para tomar decisiones y así alcanzar metas en común.

Westreicher (2020) manifiesta que la estrategia es un proceso dispuesto para la toma de decisiones o para maniobrar un escenario. Esto, busca alcanzar uno o más objetivos primeramente definidos.

B. Estrategia empresarial

La estrategia empresarial es una herramienta que se puede utilizar para que la empresa afronte cambios en su entorno, por ello, les facilitaría enfrentar problemas futuros.

Orellana (2019) afirma que es una metodología que busca lograr un objetivo por medio de un plan de acción que se descompone en objetivos estratégicos por cada área de la entidad.

C. Plan estratégico

El plan estratégico es un instrumento básico para mejorar un negocio, también es un documento donde se plasma los objetivos corporativos que desean alcanzar en un periodo y se detalla cómo lo van a conseguir. Su principal objetivo es diseñar el camino que deben seguir para alcanzar sus objetivos y construir decisiones en sus acciones.

Según ISO 9001 (2015) manifiesta que es necesario:

1. Definir y analizar sus cualidades de la entidad.
2. Los puntos fuertes se deben identificar y reflexionar sobre las amenazas que puedan tener.
3. Conocer sobre los objetivos de la entidad y que mejoras se deben realizar para alcanzarlos.

El plan estratégico según Sánchez J. (2016) es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico – financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro.

D. Importancia

Según Plaza (2021) hay tres puntos importantes y esenciales del plan estratégicos:

1. Determinar a donde se dirige la empresa
2. Definir la situación actual
3. Formular estrategias

La empresa u organización tiene que tener un camino definido, tener a sus trabajadores sepan cómo llegar en conjunto a ella. No podemos tener una dirección, sino que sabemos con qué recursos contamos, mediante un plan estratégico podemos definir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la entidad. Al contar con todo esto tendremos ventajas competitivas en el rubro que nos orientaremos, pero no siempre nos sirve si no los tenemos claros y no los ponemos en práctica.

E. Etapas del plan estratégico

Las etapas del plan estratégico son un proceso en el cual involucramos a la planeación como inicio de la ejecución de una estrategia. Este es un proceso que está orientado periodo de corto y largo plazo.

Como dice Yanez (2021) las etapas de la planeación estratégica es el estudio del entorno, fijación de objetivos, establecimiento de tácticas o

técnicas, ejecución, reporte de resultados y evaluación. El plan estratégico es un proceso en el cual se precisan objetivos, las maneras y medios para lograrlos.

Michael Porter opina que se proyecte al menos en un periodo de diez años, ya que sería difícil que una entidad mejore de manera coherente y continua hacia su propio avance.

Existe seis fases generales en las cuales se puede aplicar a todos los sectores en general:



Figura 1. Las seis etapas del Plan estratégico tomado de Yanez (2021)

F. Lineamientos del plan estratégico

Los lineamientos estratégicos son elementos importantes para la estrategia organizacional, su propósito es desarrollar actividades de todos los involucrados en la organización y así llegar a una meta en común.

a. Situación actual

Ramos (2017) refiere que el análisis de la situación actual es la base del plan estratégico. En esta fase del proceso de planificación es primordial los datos y hechos por lo cual la herramienta FODA lo utilizaremos para realizar el análisis de la situación. Por lo tanto, esta etapa no se construye a través de una tormenta de ideas, sino profundizando en variables tanto externas como internas e identificando datos y hechos sobre las mismas.

b. Misión

Cuando hablamos de misión se hace referencia a la actividad a la que se dedica, puede detallar lo siguiente:

1. A qué público está dirigido
2. A que se dedica la empresa
3. Ventajas competitivas
4. Que lo diferencia de la competencia

Como señala Rivera (2001) la misión es el enunciado del carácter, identidad y razón de existir de una organización. Esto puede dividirse en cuatro partes interrelacionadas:

1. Propósito
2. Estrategia
3. Patrones de comportamiento
4. Valores

Su propósito es conocer el porqué de la existencia de una organización: para que se está llevando a cabo todo ese esfuerzo se puede decir que es la identidad de la empresa.

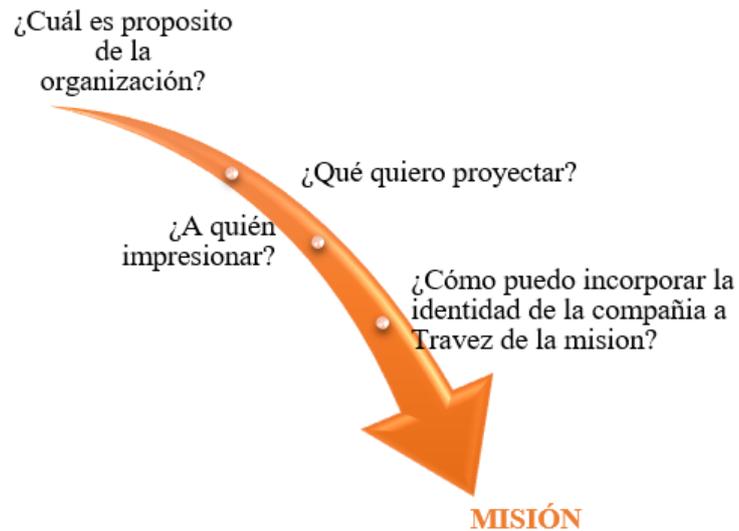


Figura 2 Misión tomado de Rivera (2001)

c. Visión

La visión de una organización nos ayuda a determinar cómo nos vemos en un futuro y que herramientas utilizamos para llegar hacia ese futuro es decir es la inspiración a donde queremos llegar en un periodo a largo plazo.

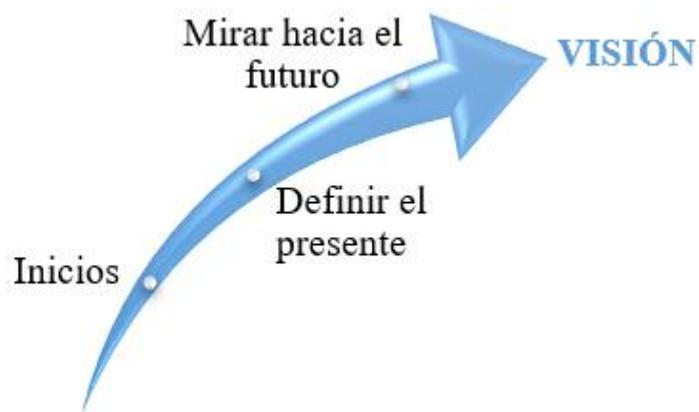


Figura 3 Visión tomado de Thompson

Para Jack Fleitman (como se citó en (Thompson)) en el mundo empresarial, la visión se puntualiza como la vía al cual dirige a la entidad a un futuro o inspiración que sirve de rumbo y estímulo para

guiar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad.

Según Arthur Thompson y A. J. Strickland (como se citó en (Thompson)), el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo.

d. Valores

Los valores son una base fundamental para la organización que lo caracteriza por impulsar, desarrollar, prosperar y está orientada a los trabajadores y acciones de las empresas.

Según Lisboa (2019) los valores de la entidad son los propósitos que acomodan las cualidades de sus participantes y los conservan vinculados a objetivos comunes. Al mismo tiempo, estos valores son la máxima expresión de la misión y visión de una empresa.

También se detallan de pies a cabeza los principios éticos, morales y empresariales de la entidad, dejando en claro la identidad corporativa, junto con la misión y visión de la misma.

Se puede decir, que son rasgos de la personalidad de la empresa que sea de una manera precisa, simple y exacta. Podríamos preguntarnos ¿Quién es?, y ¿En qué creemos? Para poder elegir los valores que los identifican y pueden responder ante situaciones difíciles, así se irá constituyendo los valores.

Lisboa (2019) manifiesta que los valores esenciales que debe de tener una empresa es:

1. **Confianza:** Generar confianza es crear una conexión con los empleados y usuarios ya que es clave para los clientes en la organización.
2. **Calidad:** Los productos y servicios deben de cumplir con las medidas establecidas y prometer, la perfección.
3. **Puntualidad:** No solo debe de ser cuidadoso con los plazos de entrega mercadería, clientes, proveedores y socios, sino también darle importancia a la hora de llegada y salida.
4. **Competitividad:** Tener en claro la meta que solo te puedes integrar estando en la cumbre, es un valor que casi nadie lo practica. Tu entidad solo puede llegar a ser la mejor si se exige lo mejor. Cuando eso ocurre, la integridad, la pasión y el motivo nunca faltaran y el desarrollo de la entidad es un resultado natural.
5. **Trabajo en equipo:** El trabajo en equipos surge con la necesidad de ambientes corporativos donde la tolerancia, respeto, la admiración y la consideración son las prioridades.
6. **Orientación al cliente:** La orientación al cliente nos favorece en los procesos corporativos. Los clientes siguen viviendo puesto que sus consumidores los prefieren para resolver una dificultad a partir de productos y servicios. Es decir, el cliente es el eje central de una entidad exitosa.
7. **Responsabilidad social:** Pueden ejecutar labores de carácter colectivo para hacer que sus recursos generen beneficios a

individuos que no siempre establecen una relación de consumo con ellos.

Los valores pueden ser muy percibidos, pero no se pueden establecer los valores en la empresa, sino que están establecidos y bien marcados.

e. Objetivos

Los objetivos que se definen como resultados, logros y condiciones que la empresa necesita para un futuro, mientras más precisos y reales sean, mayores serán sus oportunidades de que se realicen.

Se pueden marcar los objetivos en un alcance de acorto, mediano y largo plazo y así podremos marcar con claridad y de forma correcta como va a alcanzando su crecimiento.

Rus Arias (2020) considera que los objetivos de una entidad son situaciones la cual procura obtener un futuro utilizando sus recursos disponibles presentes y los previsibles.

Esto nos quiere decir es lo que la entidad quiere para el futuro. El lugar donde quiere estar, la situación que quiere tener o los fines que pretende. por otro lado, la empresa requiere saber cómo conseguirá dinero, activos, etc. De esta forma, la empresa decide dónde quiere llegar y que camino tomará para hacerlo.

Los Objetivos estratégicos deben de ser:

1. Realistas
2. Coherentes
3. Medibles

Flórido (2021) manifiesta que los objetivos se categorizan de la siguiente manera:

Según el tiempo:

- 1. Objetivos a largo plazo:** Son aquellos objetivos en los cuales se quiere alcanzar en un periodo de 5 años.
- 2. Objetivo a mediano plazo:** Son aquellos objetivos en los cuales se quiere alcanzar en un periodo de 12 a 24 meses.
- 3. Objetivos a corto plazo:** Son aquellos objetivos en los cuales se quiere alcanzar en un periodo de 6 meses.

Según su jerarquía:

- 1. Objetivos Estratégicos:** Los objetivos estratégicos se trata sobre los objetivos generales a largo plazo, los cuales constituyen varios planes tácticos y ponerlos en marcha.
- 2. Objetivos Operacionales:** Los objetivos operacionales son realizados por cada responsable de cada área de la entidad.
- 3. Objetivos tácticos:** Los objetivos tácticos se trata sobre los objetivos específicos a corto plazo.

f. Evaluación interna

La evaluación interna tiene un papel decisivo que permite identificar las Fortalezas y Debilidades de la entidad con los cuales se construye su defensa ante requerimientos del entorno. En esta evaluación se involucra a los miembros de las áreas de la empresa.

En la opinión de UNIVA (2011) la evaluación interna es una herramienta para enunciar estrategias reduce y evalúa las fuerzas y debilidades más significativos dentro de las áreas funcionales de la

entidad y, además, brinda una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

El éxito de la evaluación interna es que todos los involucrados estén coordinación desde la gerencia y sus funcionarios.

Organigrama: Bizneo (2021) manifiesta que el organigrama es importante para una empresa porque nos permite conocer la información clave para coordinar diferentes áreas de la empresa

Pasos para plantear un organigrama:

1. **Establecer una cadena de mando:** Conocer la cadena de mando es fundamental para establecer la jerarquía de sus funciones y obligaciones, de cuantos niveles de mando habrá, quien toma decisiones y quienes son los líderes.
2. **Segmentar los departamentos:** La formación de departamentos es un análisis de puestos de la entidad ya que estos puestos de trabajo son independientes o grupales.
3. **Asociar tareas y responsabilidades a cada grupo:** Las tareas y responsabilidades de cada grupo serán delegadas por el gerente
4. **Ámbito de control:** Debemos determinar qué persona es la más capaz para estar a cargo de uno o varias personas.
5. **Mayor cargo a menor cargo:** Debemos tener en cuenta al mayor cargo de la entidad y los responsables de cada área, los mandos intermedios y bajos.
6. **Ofrece una visión global:** Ofrecer una visión global es importante porque nos asegura que todo nuestro equipo

formara parte de ella; de esa manera los integrantes se identificarán y así asumirán responsabilidades de la empresa.

7. Tomar decisiones: El organigrama permitirá a los cargos altos tomar mejores decisiones en la entidad, proyectos, etc.

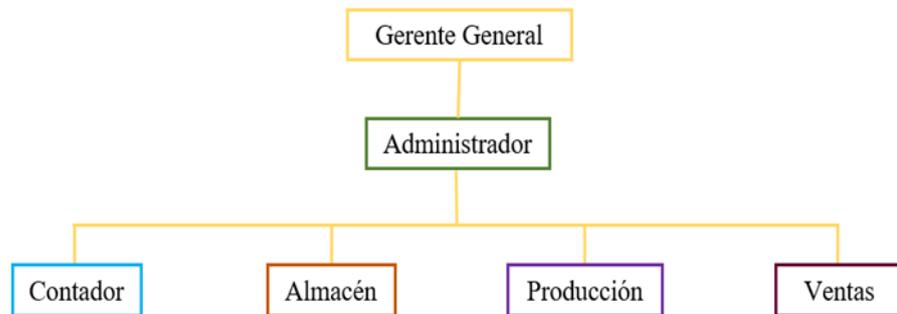


Figura 4 Organigrama de una micro empresa tomado de Bizneo (2021)

g. Evaluación externa

La evaluación externa, su punto principal es identificar los factores de su entorno como los acontecimientos o situaciones que no pueden ser controladas, por lo tanto, la empresa hace este análisis para minimizar el impacto que tendrá las amenazas que enfrentan y que aprovechen así las oportunidades que se le presentan.



Figura 5 Evaluación externa tomado de Pérez (2021)

Como expresa Pérez (2021) un análisis externo es una evaluación objetiva de los cambios a nivel mundial que permite comprender el entorno en que actúa la empresa. Los resultados que ofrece esta

investigación en profundidad pueden servir como alerta temprana para identificar tanto a amenazas potenciales como oportunidades.

Las cinco fuerzas de Porter: EL modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de análisis competitivo porque está enfocado en desarrollar estrategias que analizan y miden los recursos.

Michaux & Cadiat (2016) manifiestan que es una herramienta fundamental a la hora de comprender la estructura competitiva de una industria. Esta herramienta es simple y eficaz permite identificar la competencia en el más amplio sentido de la palabra de una empresa, así como entender en qué medida esta es susceptible de reducir su capacidad de generar beneficio.



Figura 6 Las cinco fuerzas de Porter tomado de Michaux & Cadiat (2016)

- 1. Nuevos competidores:** Hace la referencia al ingreso de entidades a los sectores para obtener una participación en

ella. El ingreso depende de barreras creadas por los competidores que están en el mercado:

Economía de escala

Diferenciación del producto

Requisitos de capital

Costos cambiantes

Acceso a las canales de distribución

Desventajas de costos

Política gubernamental

2. Productos sustitutos: La presencia de los productos que sustituyen se considera una amenaza porque nos limitan el precio y promueven la competencia intensa entre los rivales.

3. Proveedores: Los proveedores es una parte muy esencial en la entidad porque estudia a los más influyentes y establece una relación sólida a en periodo de largo plazo.

4. Clientes: Fidelizar a los clientes es una tarea muy compleja e importante por eso se debe establecer relaciones sólidas a largo plazo, se considera lo siguiente:

Están comprando una gran cantidad del total de producción.

El producto tiene que ser muy significativas en los costos fijos de los clientes.

Los productos no son estandarizados, porque pueden cambiar a otras marcas u opciones de productos con similitudes sin que exceden sus gastos.

5. Empresas competidoras: Existe mucha rivalidad entre empresas que combaten en rubros similares por ello hay entidades que ofrecen beneficios y accesibilidad de sus productos o servicios para sus clientes. La rivalidad aumenta por lo siguiente:

Muchas organizaciones en el mismo rubro.

Exceso de inventario.

Crecimiento lento del sector.

Caída de precios de los productos y servicios.

h. Matriz FODA

La matriz FODA es un instrumento esencial para la toma de decisiones y el análisis que es aplicado en cualquier situación como de un producto, empresa o de forma personal que actúa como un objetivo de estudio de un periodo determinado.

FODA significa fortalezas y debilidades que se conoce como una evaluación interna, oportunidades y amenazas tiene relación directa con la evaluación externa. Por lo tanto, el análisis FODA es necesario entender, comprender y analizarlo teniendo en cuenta la situación acorde a la situación.

De acuerdo con Riquelme (2016) el análisis FODA son iniciales que simbolizan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de la entidad, de un mercado, o una persona, puede ser aplicado a cualquier situación, en el cual, se necesite un análisis o investigación.

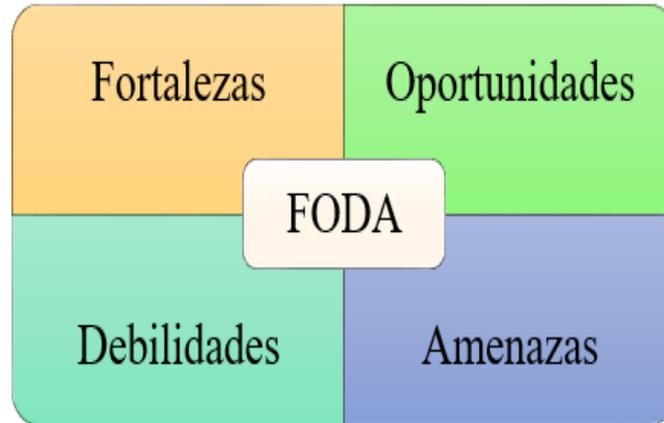


Figura 7 FODA una herramienta esencial para la empresa tomado de Riquelme (2016)

Fortalezas: Son las cualidades y destrezas de una entidad que tiene para llegar a sus objetivos establecidos.

Debilidades: Es lo perjudicial y desventajoso para ejecutar el objetivo.

Oportunidades: Es una condición externa, que da paso a la publicidad y competitividad de la identidad esto es muy útil para alcanzar los objetivos.

Amenazas: Son lo más negativo cuando se trata que sobreviva la identidad y se convierta en oportunidades que ayuda a alcanzar sus objetivos.

¿Cuál es la importancia del FODA?

Gascó (2016) señala que básicamente lo que nos permite es discernir sobre las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que tiene la identidad. Esta es precisamente la importancia del análisis FODA para una empresa, pues en función de ello conoceremos cuál es la situación real en este preciso momento y como definir las

estrategias de actuación para encaminar las decisiones y conseguir los objetivos.

También el FODA sirve para dirigir el camino de la entidad, según su rubro, por lo tanto, crear un plan estratégico para la empresa que verán cómo se hará y realizara puede realizarse al momento de constituir la empresa, en un periodo regular o crítico.

Procedimiento para desarrollar el análisis FODA

Según Riquelme (2016) el procedimiento es el siguiente:

1. Definir su objetivo: Tener un aspecto como si fuera un nuevo propósito en el sector al tenerlo reconocido claramente el objetivo, el análisis FODA iniciara a desarrollar su rol apoyando a la búsqueda del mismo de la misma guía de la planeación estratégica.

2. Desarrollo FODA

A: Información de fortalezas y debilidades

Crear una enumeración de las fortalezas actuales.

Una lista de debilidades actuales.

B: Información de las oportunidades a futuro

Crear una lista actual de las oportunidades reales en el futuro.

Crear una lista actual de las amenazas reales en el futuro.

Las listas tienen información real, y actual con los puntos bien detallados y explicados sencillamente.

Luego los cuatro elementos conformados deben de tener información real, y actual con los puntos bien detallados y

explicados sencillamente y serán evaluados por el equipo para:

- a. Evaluar estrategias o procedimientos a seguir.
- b. Elaborar el plan de estratégico.

3. Ejecutarlo: Al identificar y evaluar los resultados FODA, se iniciará a desarrollar las estrategias necesarias sea en corto y largo plazo.

Para la preparación de la matriz FODA, se debe poseer un estudio externo e interno de la entidad; de este modo se podrá continuar en el mercado sin contratiempos y responder al ambiente tan cambiante de manera eficaz y proactiva.

Por lo tanto, con un buen análisis y estudio del FODA, la entidad podrá establecer y cumplir las meta u objetivos trazados, tendrá ubicados sus debilidades y podrá ser transformados en oportunidades.

2.4.2 Toma de decisiones

A. Toma de decisiones

Es un desarrollo donde se aplica entre dos a más opciones, para afrontar posibles problemas y dar soluciones en el ambiente cotidiano.

Como expresa Ramírez (2020) que en todo el momento de nuestras vidas tomamos cientos de decisiones, cuyos resultados nos afecta de forma positiva o negativa, teniendo en cuenta la limitación de recursos y con el ánimo de conseguir algún resultado deseado.

Como señala Solano (2016) la toma de decisiones se debe elegir entre dos a más opciones, los individuos tomamos decisiones todo momento

de nuestras vidas, es por eso todas las decisiones siguen un proceso común de tal manera que no hay diferencias en la toma de decisiones de tipo gerencial.

B. Decisiones gerenciales

Rodríguez (2012) refiere que las decisiones gerenciales es uno de los aspectos más significativos en una entidad, porque en ella se detalla su cultura. En las empresas la toma de decisiones se enfoca exclusivamente a la perspectiva esto es a nivel empresarial disminuye considerablemente la capacidad para evolucionar con éxito y enfrentar apropiadamente los retos del mercado y la competencia.

Las decisiones gerenciales es una disciplina que se considera clave del día a día para enfrentar aspectos negativos y positivos en la empresa, tanto a nivel interno como externo para garantizar un resultado ideal para cada situación.

La importancia de decisión en una empresa, es un papel fundamental de mucha importancia en la actualidad, todas las empresas enfrentamos a un entorno global y digital muy cambiado con clientes cada vez más riguroso y eficaz.

También es muy necesario vigilar los problemas desde distintos enfoques y adoptar una estructura flexible que permita actuar con rapidez para adaptarse en cada situación.

De acuerdo con Montalvo (2016) la importancia de la toma de decisiones es sumamente vital en una empresa, ya que compromete la comprensión de datos y la lectura del ambiente donde la entidad se conoce a sí misma, tanto como lo interno y externo, también es

trascendental cuáles son las capacidades de la potencia y el potencial del mercado.

C. Fases en el proceso de toma de decisiones

Silva (2020) planea que para una toma de decisiones exitosa se emplea cinco fases las cuales nos llevara a una solución:

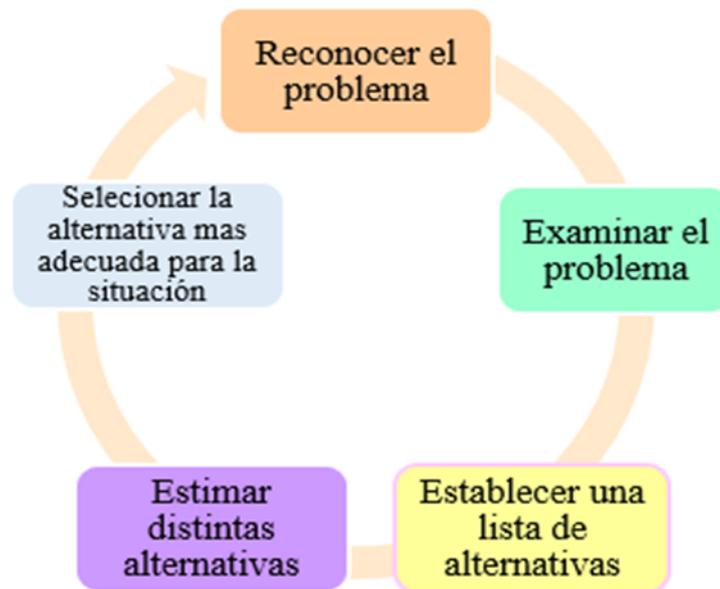


Figura 8 Proceso para la toma de decisiones gerenciales tomado de (Montalvo, 2016)

Las decisiones gerenciales según Montalvo (2016) hay dos tipos de decisiones:

- 1. Decisiones de planificación:** Gallardo (2014) expresa que la planificación es la función que abarca en decidir los objetivos a alcanzar y establecer los planes de acción, los programas y los procedimientos para obtenerlos. La planificación se da a plazos planificación a largo plazo, planificación a medio plazo, planificación a corto plazo, esto puede abarcar desde una pequeña parte hasta el funcionamiento completo de la empresa.

Son consideradas como decisiones de mucha importancia en la planificación, es elegir un curso de acción entre varias alternativas conforme aumenta la complejidad de la situación aumenta la variedad de las decisiones y la forma en que estas se toman; va de una toma de decisiones a procesos guiados por el pensamiento racional.

a. Decisiones a corto plazo: Mendiburu (2017) menciona que las decisiones a corto plazo se llevan a cabo en cada instante en caso no tenga el resultado esperado se toman acciones en ellas.

En otras palabras, son decisiones del día a día que su riesgo es mínimo sus efectos se pueden desarrollar en un periodo más limitado (menor de un año) estos se presentan solo una vez

b. Decisiones a largo plazo: Morán (2010) define que las decisiones a largo plazo exigen una planificación la cual implica un futuro. Esto nos quiere decir que no son decisiones futuras sino los resultados futuros.

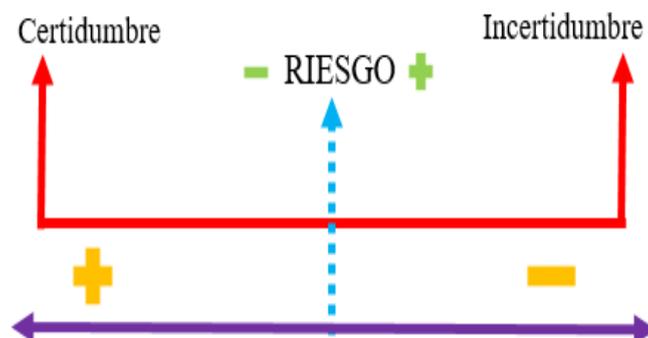


Figura 9 Decisiones a largo plazo tomado de Morán (2010)

2. Decisiones de control de gestión: Las decisiones de control están orientadas a las transacciones que requiere muy poca participación de los directores debido a que son mayoritariamente sistematizados con datos precisos y específicos donde es posible automatizar y usar herramientas científicas, los compromisos de toda la entidad las decisiones de planificación están circunscritas principalmente en el proceso que se denomina planificación estratégica.

Desde el punto de vista de Jiménez (2020) la información es poder, y cuanto más mejor información tenga una entidad mayor será su ventaja competitiva, sin embargo, debido a un exceso de información se convierta en un problema, pero con las herramientas tecnológicas y estrategias nos ayudan en la gestión de la información de la empresa, haciendo que la misma sea mucho más accesible y más sencilla de comprender para aquellos que deben tomar las decisiones importantes.

Ventaja competitiva: La ventaja competitiva hace referencia al instrumento de la entidad mediante el cual se consigue asegurar, producir y generar sus servicios por lo cual la hará sostenible el aporte de valor que ofrece la entidad.

Sevilla (2016) argumenta que la ventaja competitiva es una característica de la entidad, la cual la diferencia de las otras colocándola en una posición relativa superior para competir.

D. Niveles para la toma de decisiones

Según Hernández (2016) para la toma de decisiones hay tres niveles:

1º. Nivel estratégico: Planificación global para la entidad.

Decisiones estratégicas:

De alto nivel

Objetivos y políticas a largo plazo.

2º. Nivel táctico: Planificación de los subsistemas empresariales.

Tácticas administrativas:

Nivel intermedio

Gestión de recursos

3º. Nivel operativo: Desarrollo de operaciones cotidianas.

Operacionales:

Bajo nivel

Mejorar, cambiar y ajustar procedimientos y métodos

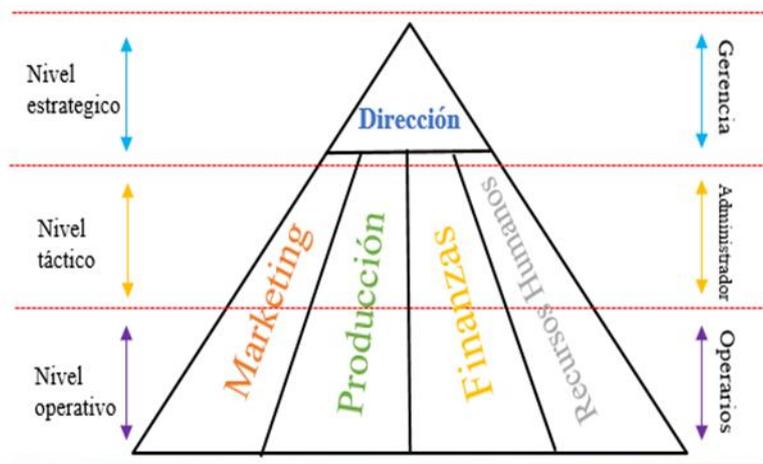


Figura 10 Niveles para la toma de decisiones tomado de Hernández Celis (2016)

E. Barreras para la toma de decisiones

La toma de decisiones más efectiva nos va a aproximar a una solución exitosa, sin embargo, siempre existen obstáculos u barreras que pueden modificar la decisión.

Según Valda (2012) las barreras son obstáculos que pueden desviarte del proceso.

Uno de los principales problemas es que las fases no se cumplan.

También hay otros problemas que encontramos son:

Falta de información

Información errónea

Tener demasiada información o información innecesaria.

No tomar la decisión adecuada acorde a la situación

Orientarse a la problemática pensando que no tiene solución o dudando de nuestros conocimientos que no podemos resolver.

La existencia de prejuicios o estereotipos

Tener la ilusión de control, pensar que todas las situaciones están controladas.

Solo tener en cuenta su futuro a corto plazo sin importarle las consecuencias que lleva en un periodo a largo plazo.

La presión del tiempo.

Tomar decisiones sin pensar en las causas y consecuencias.

Demorar excesivamente en tomar las decisiones.

Cambiar continuamente de intereses y prioridades.

Ser impulsivos a tomar decisiones.

No considerar todas las alternativas disponibles.

Resolver las situaciones por intuición o emocionalmente.

2.4.3 Definiciones de términos básicos

A. E.I.R.L: Rentería (2014) da a conocer que la empresa individual de responsabilidad limitada desarrolla operaciones comerciales y es

constituida por una persona jurídica y de un patrimonio distinto al titular.

- B. Stakeholders** Anonimo (2021) refiere que un stakeholders es el público de interés de una entidad que permite su completo funcionamiento. Como las personas u organizaciones que se relacionan con las actividades y toma de decisiones de una entidad como los empleados, proveedores, cliente, gobierno, entre otros.
- C. Sobre giros:** como dice Sánchez (2020) es una operación de abono que realiza una entidad bancaria para cubrir pagos contraídos por un titular de una cuenta bancaria que no dispone de saldo suficiente para los mismos en un momento determinado.
- D. Préstamos bancarios:** como expresa (BBVA, 2021), es cuando el banco le entrega a un individuo o entidad una cierta cantidad de dinero, para ser devuelto, junto con los intereses, en una cantidad de cuotas acordadas previamente. Los préstamos pueden ser personales, vehiculares, de negocios, entre otros.
- E. Costo de oportunidad:** (Pedrosa, 2015) describe que el coste alternativo al que renunciamos cuando tomamos una determinada decisión, incluyendo los beneficios que podríamos haber obtenido de haber escogido la opción alternativa.

2.5 Hipótesis de la investigación

2.5.1 Hipótesis general

El plan estratégico influye significativamente para la toma decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021.

2.5.2 Hipótesis específica

El nivel de planificación estratégica es bajo en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021.

La toma de decisiones es deficiente en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L. Cajamarca 2021.

Existe una relación directa y significativa entre el plan estratégico y la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021.

2.5.3 Operacionalización de variables

X: El plan estratégico según (Sánchez J. , 2016) es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico – financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro.

Y: Toma de decisiones; como señala (Solano , 2016) la toma de decisiones se debe elegir entre dos a más opciones, los individuos tomamos decisiones todo momento de nuestras vidas, es por eso todas las decisiones siguen un proceso común de tal manera que no hay diferencias en la toma de decisiones de tipo gerencial.

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento
X: Plan Estratégico	Según (Sánchez J. , 2016) es un documento integrado en el plan de negocio que recoge la planificación económico – financiera, estratégica y organizativa con la que una empresa cuenta para abordar sus objetivos y alcanzar su misión de futuro.	El plan estratégico es una herramienta importante que ayudara a saber a dónde estamos, a donde queremos llegar mediante los objetivos y valores.	Misión	identidad	Guía de entrevista Análisis documental
			Visión	Inspiración	
			Valores	Trabajo en equipo	
				Competitividad	
				Calidad	
			Objetivos	Corto Plazo	
				Mediano Plazo	
Largo Plazo					
FODA	Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas				
Y: Toma de decisiones	Como señala (Solano 2016) la toma de decisiones se debe elegir entre dos o más alternativas, las personas tomamos decisiones todos los días de nuestra vida cotidiana, es por eso todas las decisiones siguen un proceso común de tal manera que no hay diferencias en la toma de decisiones de tipo gerencial.	La toma de decisiones se trata de identificar el problema hasta resolverlo o encontrar opciones para poder solucionarlo.	Nivel estratégico	Gerencia	
			Nivel táctico	Administrados	
			Nivel operativo	Operarios	

CAPÍTULO III

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3. Metodología

3.1 Tipo y nivel de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

La investigación es tipo básica, dado que tiene como principal objetivo de ampliar los conocimientos de las variables del plan estratégico y la toma de decisiones.

(Rodríguez, 2020) define que la investigación básica es cuando busca el conocimiento de la realidad de las variables.

3.1.2 Nivel de investigación

La presente investigación por nivel de profundidad es de nivel descriptivo – correccional ya que busca todos los detalles, situaciones, elementos de las variables de Plan Estratégico y Toma de Decisiones; así buscar la relación entre dos o más variables.

Peña(2019) nos da a conocer que el nivel descriptivo describe los datos y características de una población o fenómeno en estudio.

Según Peña (2019) el nivel correlacional de una investigación tiene como finalidad establecer el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables.

3.2 Método y diseño de investigación

3.2.1 Método de investigación

La presente investigación utilizamos el método es cualitativo – descriptivo.

Cualitativo: Debido a que la información recolectada a través de documentos institucionales se analizó e interpretó.

Hernández (2006) manifiesta que el enfoque cualitativo se basa en comprender las variables involucradas para buscar entenderlas.

Descriptivo: Debido a que la información recogida de manera independiente o conjunta se relaciona con las variables de estudio.

Desde el punto de vista Shuttleworth (2008) el diseño descriptivo implica observar y detallar el comportamiento de las variables.

Cuantitativo: Debido a que los resultados de la investigación serán medidos numéricamente.

(Hernandez, Fernandez, & Baptista, (2001) manifiesta que los estudios cuantitativos aplican la medición numérica, el conteo y el uso de estadística.

3.2.2 Diseño de investigación

La presente investigación utilizamos el diseño de investigación es no experimental – transversal.

No experimental: Debido a que no manipulamos las variables y nos basamos en la observación.

(Hernandez, Fernandez, & Baptista, (2001) menciona que el diseño de la investigación no experimental es que la variable independiente no se manipula, no se tiene un control porque ya sucedieron.

Transversal: Debido a que la investigación es transversal, pues se recolectarán datos en el momento y tiempo haciendo uso de los instrumentos.

Coll (2020) argumenta la investigación trasversal que se centra en observar y analizar en el tiempo exacto de la investigación.

3.3 Población y Muestra de la investigación

3.3.1 Población

En la presente investigación se desarrollará en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., la población será el gerente y seis colaboradores de la empresa.

3.3.2 Muestra

La muestra del estudio será el gerente y seis colaboradores de la empresa.

3.4 Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

3.4.1 Técnicas de recolección de datos

Para la siguiente investigación se usaron las siguientes técnicas de recolección de datos:

- A. Entrevista:** Esta herramienta la utilizamos para aplicar una conversación entre dos personas a más, en la cual uno es el entrevistador.
- B. Análisis documental:** Esta herramienta ayudo a recoger datos de documentos de la entidad.

3.4.2 Instrumentos de recolección de datos

Para la siguiente investigación se usarán los siguientes instrumentos de recolección de datos:

- A. Guía de entrevista:** Este instrumento fue aplicado para obtener información de nuestra población en objetivo.
- B. Ficha de análisis documental:** Este instrumento fue aplicado para seleccionar y recopilar información necesaria de la entidad.

3.5 Aspectos éticos de la investigación

Los aspectos éticos para el desarrollo de la tesis "Influencia del Plan Estratégico para la Toma de Decisiones en la Empresa Corporación Pacífico E.I.R. L, Cajamarca 2021" fueron:

1. Se respetó las fuentes e ideas escritas de cada autor para el desarrollo de la tesis.
2. Se solicitó información documentaria al Gerente General de la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., a quien fue informado de los fines académicos para ellos solo se pidió la información necesaria de tal sentido se guarda una estricta confidencialidad y respeto por la información brindada.

Capítulo IV

Resultados y discusión

4. Presentación de resultados

Una vez realizada la entrevista al gerente general y los 6 colaboradores más de la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L se obtuvieron los siguientes resultados.

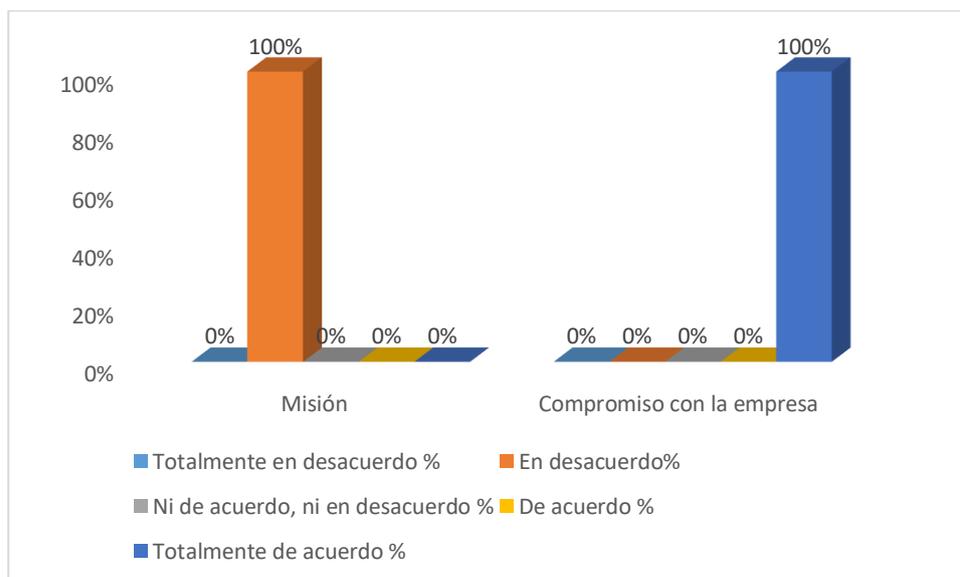
4.1 Plan Estratégico

4.1.1 Misión

La obtención de estos resultados se obtuvo de los Ítem 1 y 2 de la entrevista (Anexo 4)

Gráfico 1

Misión



Fuente: Guía de entrevista

Interpretación:

Según la entrevista realizada a la empresa Corporación Pacifico nos dieron a conocer que 7 de ellos que equivalen al 100%, están en desacuerdo que la misión fue desarrollada bajo los lineamientos estratégicos.

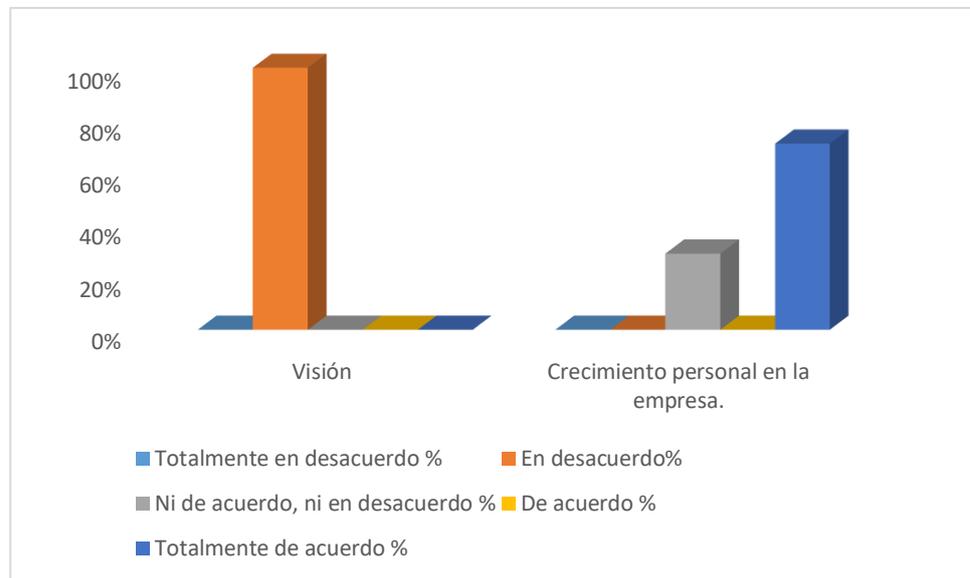
Por otro lado, los 7 entrevistados que equivalen al 100% nos dieron a conocer que ellos están totalmente de acuerdo con su compromiso hacia la empresa.

4.1.2 Visión

La obtención de estos resultados se obtuvo de los Ítem 3 y 4 de la entrevista (Anexo 4)

Gráfico 2

Visión y crecimiento personal en la empresa



Fuente: Guía de entrevista

Interpretación:

Según la entrevista realizada a la empresa Corporación Pacifico nos dieron a conocer 7 de ellos que equivalen al 100% están en desacuerdo que la visión fue hecha bajo los lineamientos estratégicos.

Por otro lado, tenemos el crecimiento personal en la empresa de sus colaboradores, los cuales 5 de ellos dijeron que desde que ellos trabajan en dicha empresa están en puesto mayores de los cuales ingresaron ya que la empresa ha crecido en estos últimos 5 años también tenemos a 2

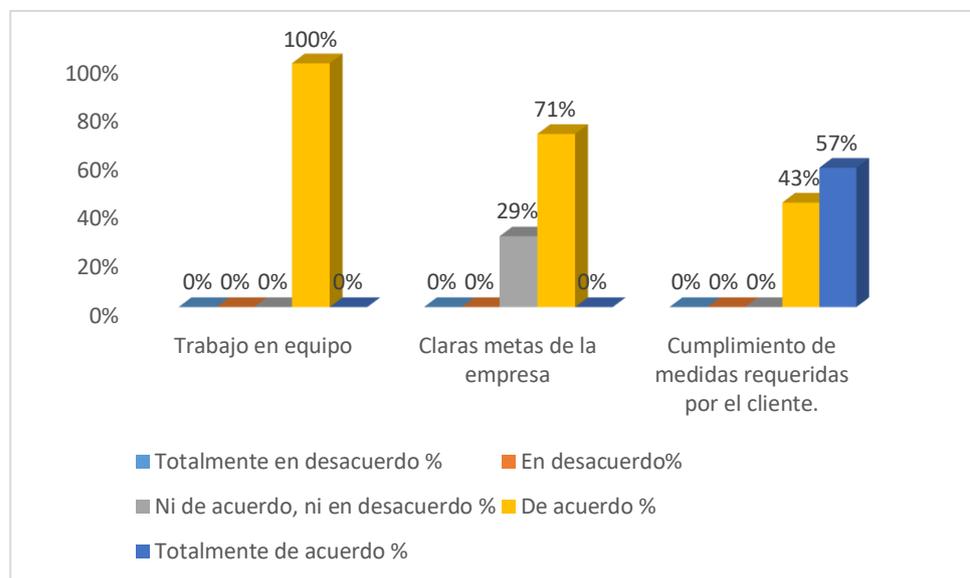
trabajadores más que equivalen al 29% nos dieron a conocer que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo ya que ellos llevan 4 meses en la empresa, pero nos manifiestan que ellos se integraron rápido al trabajo.

4.1.3 Valores

La obtención de estos resultados se obtuvo de los Ítem 5,6 y 7 de la entrevista (Anexo 4)

Gráfico 3

Valores



Fuente: Guía de entrevista

Interpretación:

Según la entrevista realizada a la empresa Corporación Pacifico nos dieron a conocer que 7 de ellos que equivalen al 100% saben trabajar en equipo.

Por otro lado, tenemos que 5 de ellos que equivalen al 71 % nos manifestaron que están de acuerdo ya que la empresa junto a ellos cumplió sus metas trazadas en los últimos años por ello la empresa ha estado creciendo y 2 de ellos que equivalen al 29% nos dijeron que están ni de

cuerto, ni en desacuerdo ya que ellos aún están poco tiempo en la empresa, pero si les informan y son claros con las metas que cumplirán.

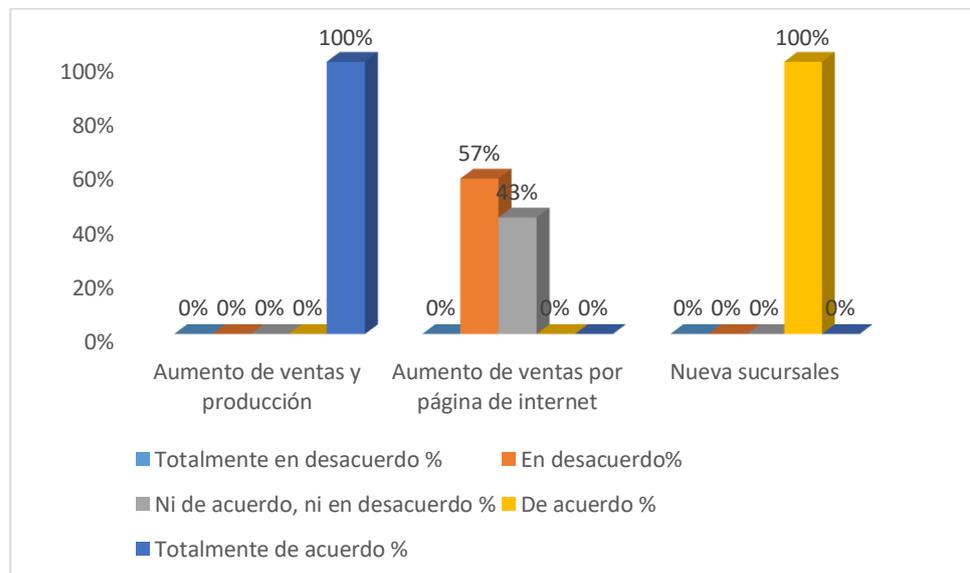
También tenemos las exigencias de los clientes de la empresa por eso los colaboradores manifestaron que 4 de ellos que equivale al 43% están de acuerdo que cumplen con las exigencias del cliente y que 3 ellos que equivalen al 57% nos dijeron que están totalmente de acuerdo con que cumplen con las exigencias de los clientes.

4.1.4 Objetivos

La obtención de estos resultados se obtuvo de los Ítem 8,9 y 10 de la entrevista (Anexo 4)

Gráfico 4

Objetivos



Fuente: Guía de entrevista

Interpretación:

Según la entrevista realizada a la empresa Corporación Pacifico nos dieron a conocer que 7 de ellos que equivalen al 100% nos manifestaron que están totalmente de acuerdo ya que aumentaron las ventas y producción a

comparación del año anterior; también manifestaron que 4 de ellos que equivalen al 57% que están en desacuerdo y 3 de ellos que equivalen al 43% están totalmente en desacuerdo ya que las ventas aumentaron porque venían a la tienda a buscar cotizaciones.

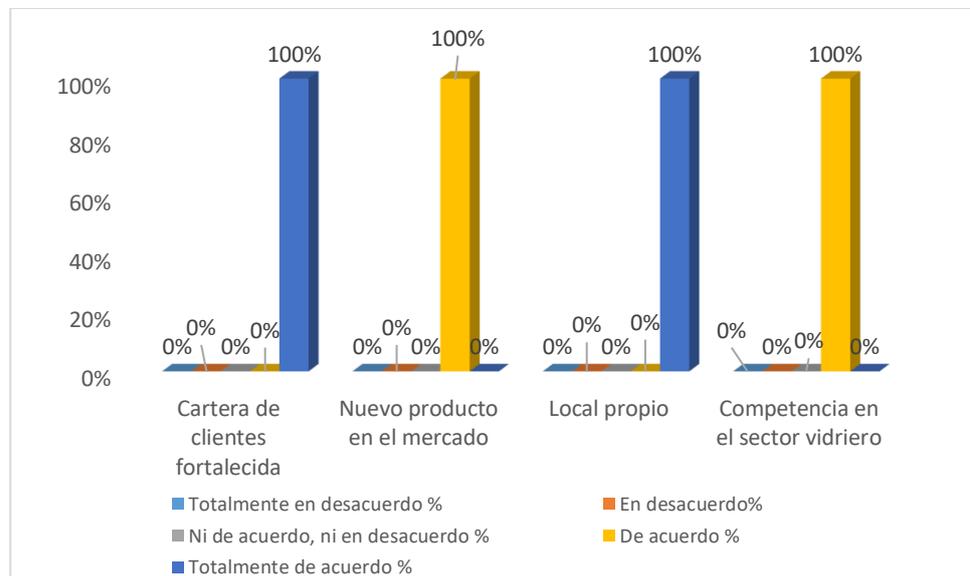
Por otro lado, 7 de ellos que equivalen al 100% manifestaron que están totalmente de acuerdo ya que una sucursal más abriría puertas a diversificación e productos y servicios los cuales habrá as oportunidades para los operarios.

4.1.5 FODA

La obtención de estos resultados se obtuvo de los Ítem 11,12,13 y 14 de la entrevista (Anexo 4)

Gráfico 5

FODA



Fuente: Guía de entrevista

Interpretación:

Según la entrevista realizada a la empresa Corporación Pacifico nos dieron a conocer que 7 de ellos que equivalen al 100% están totalmente de acuerdo

que su cartera de clientes esta fortalecida. El nuevo producto que es el policarbonato para la empresa es algo novedoso, por ello nos dieron a conocer que 7 de ellos que equivalen al 100% están totalmente de acuerdo empezar a trabajar con ese producto.

Por otro lado, la empresa ya tiene un terreno comprado y ya empezaron a construir, pero aún no está termina por ello los colaboradores de la empresa nos manifestaron que están totalmente de acuerdo que deben tener un local amplio y acogedor para toda la maquinaria que usan y ellos tener más espacio para sus actividades.

También nos dieron conocer 7 de ellos que equivalen al 100% que la competencia en el sector vidriero en Cajamarca es muy competitivo ya que hay informalidad y reconocimiento como lo es la vidriera COLONIAL, DORADO, EL FARAON y SAN LORENZO.

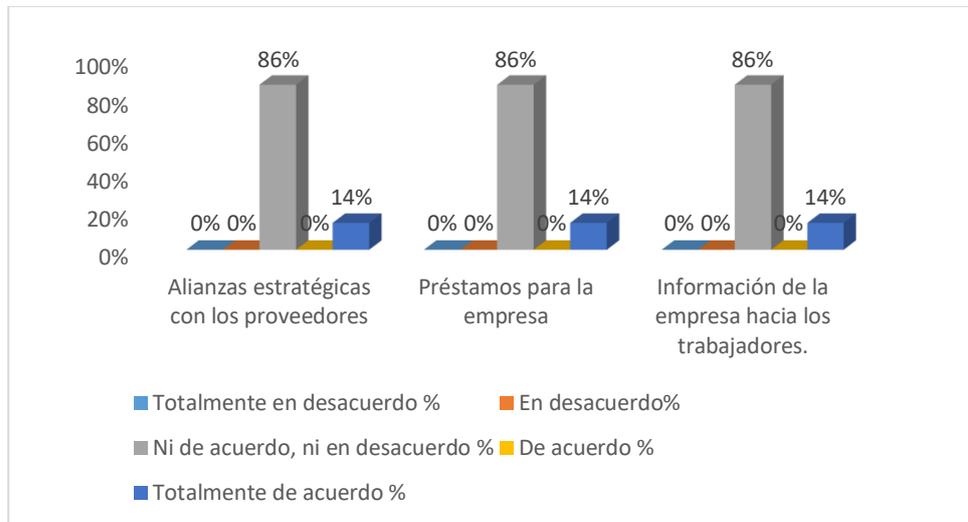
4.2 Toma de decisiones

4.2.1 Nivel estratégico

La obtención de estos resultados se obtuvo de los Ítem 15,16 y 17 de la entrevista (Anexo 4)

Gráfico 6

Nivel estratégico



Fuente: Guía de entrevista

Interpretación:

Según la entrevista realizada a la empresa Corporación Pacifico nos dieron a conocer que el gerente general que equivale al 14% está totalmente de acuerdo ya que él toma las decisiones para formar alianzas con los proveedores, los préstamos realizados para la mejora de la empresa y la información limitada a sus jefes de área.

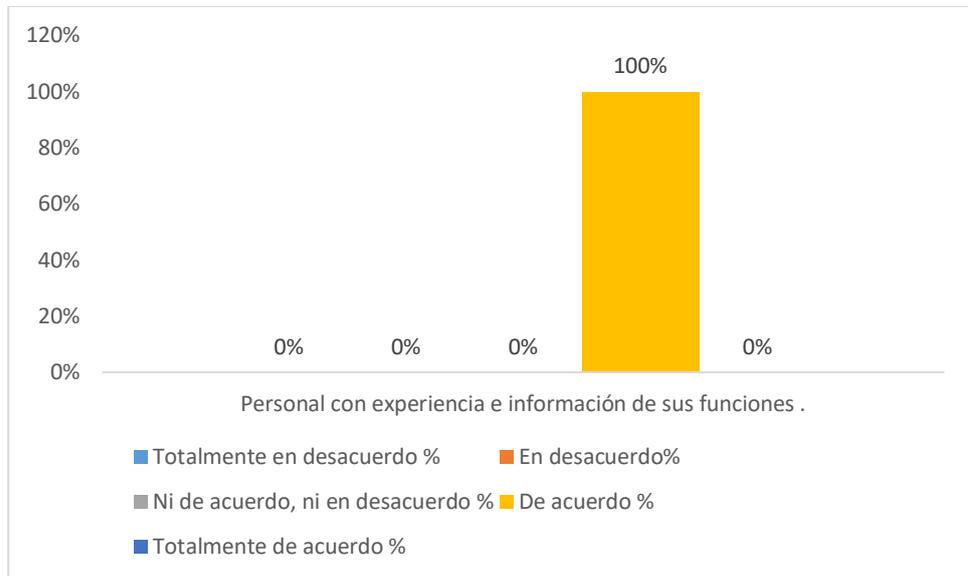
Por otro lado, esta los jefes de área y los operarios que son 6 que equivalen al 86% están ni de acuerdo, ni en desacuerdo ya que todos ellos no son informados sobre los préstamos que realiza el gerente, las alianzas con sus proveedores y la información que se la da a los jefes de área.

4.2.2 Nivel táctico

La obtención de estos resultados se obtuvo de los Ítem 18 de la entrevista (Anexo 4)

Gráfico 7

Nivel táctico



Fuente: Guía de entrevista

Interpretación:

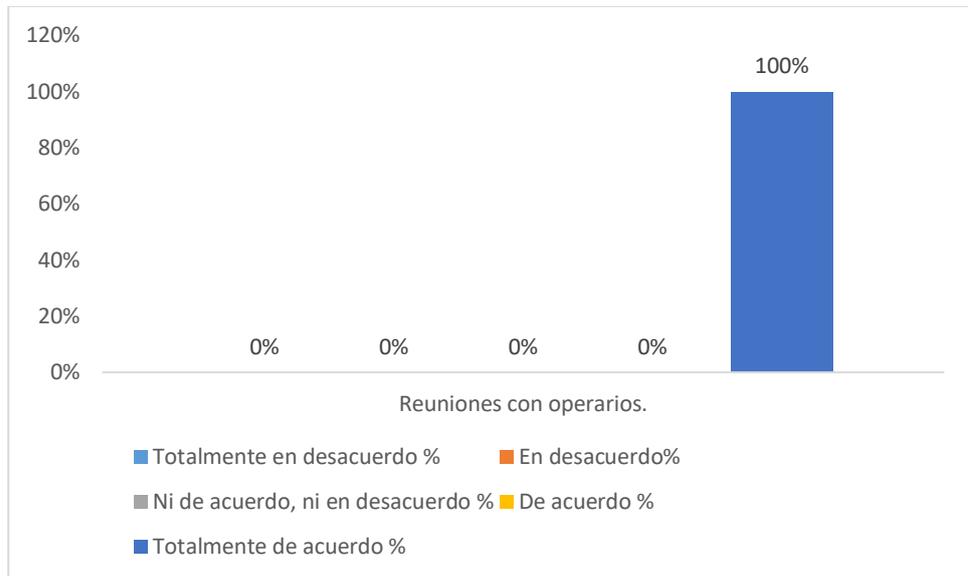
Según la entrevista realizada a la empresa Corporación Pacifico nos dieron a conocer que el gerente y el jefe de área contratan a su personal con experiencia de mínima de 6 meses hay ocasiones que han contratado sin experiencia y los resultados fueron favorables por ellos 7 de que equivalen al 100% nos dieron a conocer que el personal tiene experiencia y siempre cuando ingresan se les informa de sus actividades.

4.2.3 Nivel operario

La obtención de estos resultados se obtuvo de los Ítem 18 de la entrevista (Anexo 4)

Gráfico 8

Nivel operario



Fuente: Guía de entrevista

Interpretación:

Según la entrevista realizada a la empresa Corporación Pacifico nos dieron a conocer que el gerente general hace que los jefes de área hagan reuniones mensuales por ellos 7 de los entrevistado que equivalen al 100% están totalmente de acuerdo en que se realizan reuniones con los operarios.

4.3 Contenido del Plan Estratégico



Figura 11 Contenido del Plan Estratégico para la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L.

4.4 Esquema de toma decisiones

Esquema para tomar decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L.

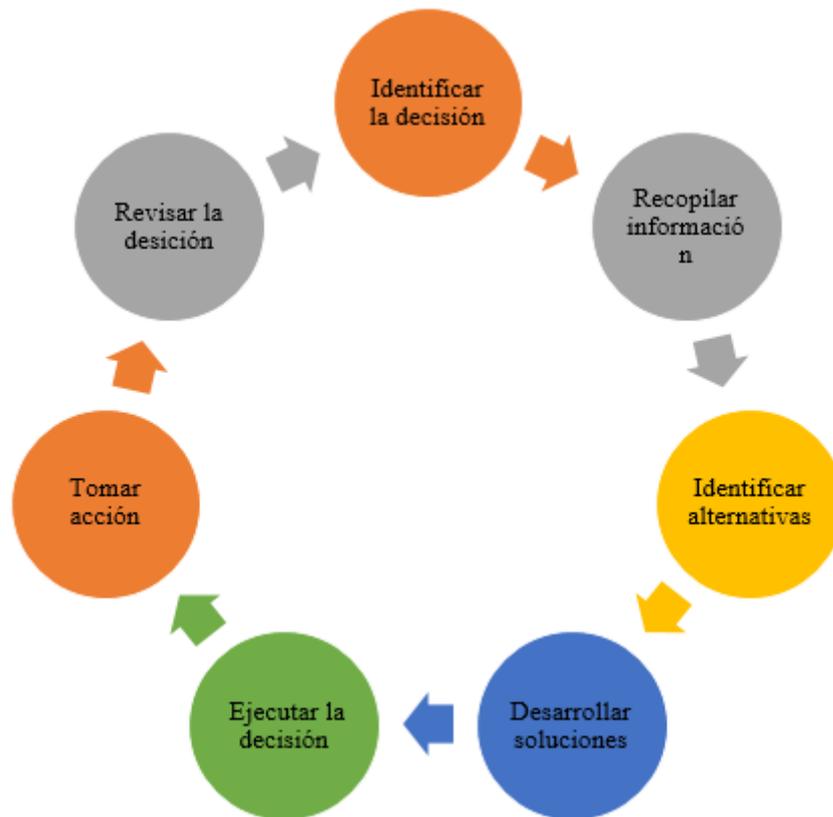


Figura 12 Esquema para tomar decisiones para la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L.

4.5 Discusión Científica

La investigación tuvo como resultado la comprobación de la hipótesis es válida: El plan estratégico influye significativamente en la toma decisiones de la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., Cajamarca 2021.

En la opinión de Suárez (2010) manifiesta que el plan estratégico ayuda a tener una diversificación de productos para sus clientes y así sus utilidades incrementaran, nosotros estamos de acuerdo con Suárez ya que las alianzas son muy importantes para que la empresa en estudio tenga diversificación de sus productos y sus servicios sean de calidad A1.

Desde el punto de vista Proaño (2020) y Amanbal & Portal (2019) nos da a conocer que el plan estratégico abarca la misión, visión y objetivos los cuales se plantean en un periodo de largo plazo; también hace un análisis para identificar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades. Desde nuestro punto de vista estamos de acuerdo con lo mencionado ya que el plan estratégico abarca lo mencionado anteriormente.

Como expresa Rosales (2019) nos menciona que el plan estratégico fomenta la exportación de las Pymes. Desde nuestro punto de visto nosotros estamos de acuerdo con lo mencionado por Rosales ya que con un plan estratégico elaborado con todas sus alineaciones las empresas pueden saber dónde está, que quiere lograr en el futuro, cuáles son sus debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas y sus objetivos.

Sánchez C. (2019) nos manifiesta que existe una relación significativa con el planteamiento estratégico y la fiabilidad de garantía de los servicios. Desde nuestro punto estamos de acuerdo ya que el plan estratégico abarca las fortalezas de cada empresa y deben saberlas aprovechar.

Finalmente, en la opinión de Muñoz (2019) manifiesta que el plan estratégico ayuda a generar competitividad en el desarrollo de sus actividades y la satisfacción de los clientes. En nuestra opinión estamos de acuerdo con Muñoz ya que el plan estratégico nos da la dirección para trazar el camino de la empresa y alcanzar sus objetivos.

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

En la presente investigación se llegó a analizar la información brindada por la empresa, los documentos institucionales y la entrevista realizada por nosotros hacia la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L. Por lo tanto, se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Se ha analizado la influencia del plan estratégico para para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L. en lo cual se demostró que el plan estratégico si influye significativamente para la toma de decisiones en la empresa ya que se realizó un estudio general donde ellos toman decisiones sin planificarlas ni conocer del tema.
2. Se determinó que el nivel de planificación estratégica es bajo ya que mediante el análisis documental (Anexo 5) nos dieron un plan estratégico deficiente sin un adecuado lineamiento estratégico.
3. Se analizó la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., es deficiente porque a través de la entrevista nos dieron a conocer que la toma de decisiones es por parte del gerente, pero las decisiones son espontaneas y no se involucra en ellas.
4. Se determinó la relación del plan estratégico para la toma decisiones en la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L., que si existe una relación directa y significativa entre las variables porque para tomar decisiones se debe tener una guía o base para que la empresa tenga mejoras y que el gerente no puede decidir espontáneamente.

5.2 Recomendaciones

1. Al gerente general se le recomienda involucrarse más en la empresa, no tomar decisiones sin planificarlas y tomar en cuenta el plan estratégico.
2. Se le recomienda al gerente general tomar en cuenta el plan estratégico que realizamos involucrando a todo su personal. (Anexo 4)
3. Se le recomienda al gerente general que las decisiones que tome en la empresa no sean espontaneas, las planifique o se informe más de cada tema o guiarse del (Figura 12)
4. Se le recomienda al gerente general que el plan realizado por todos sea la guía para llegar a tomar mejores decisiones y llegar a la situación futura esperada.

Referencias

- Ackoff, R. (1988). *Un concepto de planeación de una empresa*. Mexico: Limussa.
- Amanbal, R., & Portal, C. (2019). Plan Estratégico para empresa Corporación Techno Food E.I.R.L., Cajamarca 2019 - 2023. *Plan Estratégico para empresa Corporación Techno Food E.I.R.L., Cajamarca 2019 - 2023*. Universidad Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca.
- Amanbal, R., & Portal, C. (s.f.). Plan Estratégico para empresa Corporación Techno Food E.I.R.L., Cajamarca 2019 - 2023. *Plan Estratégico para empresa Corporación Techno Food E.I.R.L., Cajamarca 2019 - 2023*. Universidad Antonio Guillermo Urrelo, Cajamarca.
- Anonimo. (19 de Agosto de 2021). *rockcontent*. Obtenido de Stakeholders: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-stakeholder/>
- BBVA. (2021). *Banco Bilabao Vizcaya Argentaria*. Obtenido de Banco Bilabao Vizcaya Argentaria: <https://www.bbva.pe/personas/preguntas-frecuentes/productos/prestamos/que-es-un-prestamo-bancario.html>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN .
- Bizneo. (2021). *Bizneo*. Obtenido de Organigrama de una empresa: <https://www.bizneo.com/blog/organigrama-de-una-empresa/>
- Claver. (2000). *Manual de administración de empresas*. Madrid: Aa.ed.Madrid.
- Coll, F. (13 de Octubre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Estudio Transversal: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-no-experimental/>

- Florido, M. (31 de Enero de 2021). *Marketing and Web*. Obtenido de Objetivos de la empresa:
<https://www.marketingandweb.es/marketing/ejemplos-de-objetivos-de-una-empresa/>
- Gallardo, E. (28 de mayo de 2014). *FUNDAMENTOS DE LA PLANIFICACION*. Obtenido de
FUNDAMENTOS DE LA PLANIFICACION:
<https://planificacionydecisionesestrategicas.wordpress.com/>
- Gascó, T. (25 de Julio de 2016). *emprende pyme* . Obtenido de emprende pyme :
<https://www.emprendepyme.net/para-que-sirve-un-analisis-dafo.html>
- Hernández Celis, D. (19 de Octubre de 2016). *gestiopolis*. Obtenido de Herramientas para la
toma de decisiones gerenciales: <https://www.gestiopolis.com/herramientas-la-toma-decisiones-gerenciales-presentacion/>
- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (Julio de 2001). *Metodología de investigación*. Mexico:
McGrawHill. Obtenido de Diseño no experimental:
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html>
- Hernández, R. (2006). *Metología de la investigación* . McGraw-Hill.
- ISO 9001. (14 de Abril de 2015). *ISOTOOLS*. Obtenido de El plan estratégico empresarial, una
herramienta para la calidad: <https://www.isotools.org/2015/04/14/el-plan-estrategico-empresarial-una-herramienta-para-la-calidad/>
- Jiménez, C. (8 de Enero de 2020). *lemontech blog*. Obtenido de lemontech blog:
<https://blog.lemontech.com/sistema-de-control-de-gestion-toma-decisiones/>
- Kast. (1979). *Administración de las organizaciones*. Editorial Mc GranW-Hill.
- Koontz, O'Donnell, & Weihrich. (1985). *Fundamentos de la gestión*. Mexico: Mc Graw and
Hill.

- Lisboa, R. (3 de Julio de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de Rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/valores-de-una-empresa/>
- Michaux, S., & Cadiat, A.-C. (2016). *La cinco fuerzas de Porter*.
- Montalvo, R. (19 de Abril de 2016). *conexionesan*. Obtenido de conexionesan:
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2016/04/19/importancia-toma-de-decisiones-inteligente-estrategica-y-global/>
- Morán, L. (27 de Marzo de 2010). *Slideshare*. Obtenido de Toma de decisiones:
<https://es.slideshare.net/Lilianamorandriviera/expo-toma-de-decisiones-2>
- Muñoz, Y. (2019). Plan estratégico 2019 - 2021, para mejorar la competitividad y satisfacer la necesidad de servicios médicos de la mujer y el niño en el centro médico Divino Niño en el distrito de Cajamarca. *Plan estratégico 2019 - 2021, para mejorar la competitividad y satisfacer la necesidad de servicios médicos de la mujer y el niño en el centro médico Divino Niño en el distrito de Cajamarca*. Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca.
- Orellana, P. (25 de Diciembre de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/estrategia-empresarial.html>
- Pedrosa, S. J. (24 de Setiembre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Coste de oportunidad:
<https://economipedia.com/definiciones/coste-de-oportunidad.html>
- Peña, R. (2019). Metodología de la investigación . *Metodología de la Investigación*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Pérez, A. (26 de Abril de 2021). *OBS*. Obtenido de Business School:
<https://www.obsbusiness.school/blog/analisis-externo-de-una-empresa-formas-de-plantearlo>

Plaza, V. (2021). *Escuela de Posgrado*. Obtenido de Escuela de Posgrado: <https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/cual-es-la-importancia-del-planeamiento-estrategico>

Proaño, S. (2020). Planificación estratégica para mejorar la gestión administrativa en la Empresa Sani Group S.C., de la ciudad de Santo Domingo. *Planificación estratégica para mejorar la gestión administrativa en la Empresa Sani Group S.C., de la ciudad de Santo Domingo*. Universidad Internacional del Ecuador, Quito.

Proaño, S. (s.f.). Planificación estratégica para mejorar la gestión administrativa en la Empresa Sani Group S.C., de la ciudad de Santo Domingo. *Planificación estratégica para mejorar la gestión administrativa en la Empresa Sani Group S.C., de la ciudad de Santo Domingo*. Universidad Internacional del Ecuador, Quito.

Ramos, M. (11 de Julio de 2017). *Strategia, su apoyo estrategico*. Obtenido de El análisis de la situación en el proceso de planeamiento estratégico : <https://www.stratgia.com/blog/el-analisis-de-la-situacion-en-el-proceso-de-planeamiento-estrategico>

Rentería, J. (24 de Noviembre de 2014). *Mis abogados*. Obtenido de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L): <https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-una-empresa-individual-de-responsabilidad-limitada-eirl>

Riquelme Leiva, M. (Diciembre de 2016). *FODA: Matriz o análisis FODA - herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Obtenido de FODA: Matriz o análisis FODA - herramienta esencial para el estudio de la empresa: <https://www.analisisfoda.com/>

Riquelme, M. (Diciembre de 2016). *FODA: Matriz o análisis FODA - herramienta esencial para el estudio de la empresa*. Obtenido de FODA: Matriz o análisis FODA - herramienta esencial para el estudio de la empresa: <https://www.analisisfoda.com/>

- Rivera, O. (2001). Los conceptos de: Misión, Visión y proposito estrategico. *Los conceptos de: Misión, Visión y proposito estrategico*. Universidad de Talca, España.
- Rodríguez , E. (9 de Agosto de 2012). *Negocios*. Obtenido de *Negocios*: <https://blogs.portafolio.co/a-tomar-mejores-decisiones-gerenciales/toma-de-decisiones-gerenciales/>
- Rosales, E. (2019). Plan estartegico para fomentar la exportacion de ajo(*Allium Sativum*) de las PYMES en la región de Arequipa al mercado de Acre - Brasil, por vía la carretera interoceánica sur. *Plan estartegico para fomentar la exportacion de ajo(*Allium Sativum*) de las PYMES en la región de Arequipa al mercado de Acre - Brasil, por vía la carretera interoceánica sur*. Universidad Ricardo Palma, Lima.
- Rosales, E. (s.f.). Plan estartegico para fomentar la exportacion de ajo(*Allium Sativum*) de las PYMES en la región de Arequipa al mercado de Acre - Brasil, por vía la carretera interoceánica sur. *Plan estartegico para fomentar la exportacion de ajo(*Allium Sativum*) de las PYMES en la región de Arequipa al mercado de Acre - Brasil, por vía la carretera interoceánica sur*. Universidad Ricardo Palma, Lima.
- Rus Arias, E. (10 de Abril de 2020). *Economipedia*. Obtenido de *Economipedia*: <https://economipedia.com/definiciones/objetivos-de-una-empresa.html>
- Sánchez Galán, J. (04 de Marzo de 2020). *Economipedia*. Obtenido de *Sobregiro bancario*: <https://economipedia.com/definiciones/sobregiro-bancario.html>
- Sánchez, C. (2019). Planeamiento Estraégico y su relación con la calidad de servicios al cliente en la empresa importadora American Service Refrigeration E.I.R.L. Surquillo, 2018. *Planeamiento Estraégico y su relación con la calidad de servicios al cliente en la empresa importadora American Service Refrigeration E.I.R.L. Surquillo, 2018*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.

- Sánchez, C. (s.f.). Planeamiento Estraégico y su relación con la calidad de servicios al cliente en la empresa importadora American Service Refrigeration E.I.R.L. Surquillo, 2018. *Planeamiento Estraégico y su relación con la calidad de servicios al cliente en la empresa importadora American Service Refrigeration E.I.R.L. Surquillo, 2018.* Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.
- Sánchez, J. (30 de Junio de 2016). *Plan Estratégico*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html>
- Sevilla, A. (10 de Diciembre de 2016). *Economipedia*. Obtenido de Ventaja Competitiva: <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-competitiva.html>
- Shuttleworth, M. (26 de Setiembre de 2008). *Explorable* . Obtenido de Diseño de investigación descriptiva: <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>
- Silva, J. (2020). Barreras para la toma de decisiones. *Barreras para la toma de decisiones*.
- Solano , A. I. (2016). Toma de decisiones gerenciales. *Tecnología en marcha*, 38 - 76.
- Suárez , K. (2010). Plan estratégico de comercialización productos "Sobre la Roca". 2010. Universidad Andina Simón Bolívar, Sucre.
- Suárez , K. (s.f.). Plan estratégico de comercialización productos "Sobre la Roca". 2010. Universidad Andina Simón Bolívar, Sucre.
- Thompson, I. (s.f.). Misión y Visión. *Misión y Visión*. ISMA.
- UNIVA. (30 de Junio de 2011). *Licenciatura en administración*. Obtenido de Licenciatura en administración: <http://planestrategy.blogspot.com/2011/06/la-evaluacion-interna-y-externa.html>

Valda, J. (01 de Enero de 2012). *Grandes Pymes*. Obtenido de Grandes Pymes:
<https://www.grandespymes.com.ar/2012/01/01/barreras-para-la-toma-de-decisiones/>

Westreicher, G. (06 de Agosto de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

Yanez, D. (21 de Enero de 2021). *La 6 Etapas de la Planeación Estrategia y sus características*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/etapas-planeacion-estrategica/>:
<https://www.lifeder.com/etapas-planeacion-estrategica/>

Anexos

Anexo 1

Tabla 2

Matriz de consistencia

Problema	Hipótesis	Objetivos	Métodos	Técnica y procedimiento
Problema General	Hipótesis General	Objetivo General	Método deductivo	Técnica de entrevista
¿Cómo influye el plan estratégico para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021?	El plan estratégico influye significativamente para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021.	Analizar la influencia del plan estratégico para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021.	Es aquel método que ayudara a empezar por la teoría general del Plan Estratégico y Toma de Decisiones, por lo cual pretendemos explicar las situaciones y hechos generales de la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L.	Nos ayudara a recolectar datos mediante una guía de entrevista haciendo uso de preguntas precisas para detectar el comportamiento y otros objetivos.
Problema Especifico	Hipótesis Especificos	Objetivo Especifico		Técnica de análisis documental
¿Cuál es el nivel de planificación estratégica en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021?	El nivel de planificación estratégica es bajo en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021.	Determinar el nivel de planificación estratégica para la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021.		Nos ayudara a recolectar documentos institucionales de la entidad para detectar el estado de la entidad.
¿Cómo es la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021?	La toma de decisiones es deficiente en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021.	Analizar la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021.		
¿Cuál es la relación que existe en la elaboración del plan estratégico y la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021?	Existe una relación directa y significativa entre la elaboración del plan estratégico y la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021.	Determinar la relación de la elaboración del plan estratégico para la toma de decisiones en la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021.		

Anexo 2

Autorización por parte de la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L.



Corporación Pacifico E.I.R.L.
Vidriería, Ferretería y Carpintería

“Año del Bicentenario del Perú”

Cajamarca, 15 de octubre del 2021

Señores:

Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo – UPAGU

Asunto:

Autorización para acceder información privada de la empresa

Yo Flor Angélica Mendoza Salazar, identificado con DNI 41726312, en mi calidad de Gerente General de la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L, autorizo a Mendoza Hoyos, Joiver Alexander y Murga Azaña, Laura Teresa, egresadas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, a utilizar información confidencial de la empresa para la investigación denominada “Influencia del Plan estratégico en la toma decisiones para la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L, Cajamarca 2021.

Los estudiantes asumen que toda la información y el resultado de la investigación serán de uso exclusivamente académico.

El material suministrado por la empresa será la base para la construcción de un estudio de caso. La información y resultado que se obtengan del mismo podrían llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye la formación de los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales administrativas de la carrera de contabilidad y finanzas.

Atentamente,

Flor Angélica Mendoza Salazar
DNI: 41726312

SOMOS TU MEJOR OPCION PARA CRISTALIZAR TUS SUEÑOS

Jr. Chanchamayo N° 1178 – Cajamarca

Celular: 964538082/945575167

Email: corporacionpacifico7@hotmail.com

Anexo 3

Ficha RUC de la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L.

27/12/21 17:05

SUNAT - Consulta RUC

Consulta RUC

Resultado de la Búsqueda

Número de RUC:
20602268391 - SERVICIOS GENERALES CORPORACION PACIFICO E.I.R.L.

Tipo Contribuyente:
EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA

Nombre Comercial:
-

Fecha de Inscripción:
06/07/2017
Fecha de Inicio de Actividades:
01/07/2017

Estado del Contribuyente:
ACTIVO

Condición del Contribuyente:
HABIDO

Domicilio Fiscal:
JR. CHANCHAMAYO NRO. 1178 BAR. SAN JOSE CAJAMARCA - CAJAMARCA - CAJAMARCA

Sistema Emisión de Comprobante:
MANUAL
Actividad Comercio Exterior:
SIN ACTIVIDAD

Sistema Contabilidad:
MANUAL

Actividad(es) Económica(s):
Principal - 4752 - VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS

Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):
FACTURA
BOLETA DE VENTA

<https://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias>

1/2

Sistema de Emisión Electrónica:

FACTURA PORTAL DESDE 22/06/2020

BOLETA PORTAL DESDE 01/06/2021

Emisor electrónico desde:

22/06/2020

Comprobantes Electrónicos:

FACTURA (desde 22/06/2020),BOLETA (desde 01/06/2021)

Afiliado al PLE desde:

-

Padrones:

NINGUNO

Fecha consulta: 27/12/2021 16:26

Anexo 4

Instrumento N° 1

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

Instrumento N° 1 Guía de Entrevista

La entrevista está dirigida al Gerente y seis colaboradores más de la empresa "Corporación Pacífico E.I.R.L., con la finalidad de obtener información sobre el control de sus inventarios, que servirá para el desarrollo del informe de tesis titulado: **Influencia Del Plan Estratégico Para La Toma De Decisiones En La Empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021**

Sexo:

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
1 Usted considera que su misión está de acuerdo a los lineamientos estratégicos.					
2 Usted está comprometido con la empresa.					
3 Usted considera que su visión está de acuerdo a los lineamientos estratégicos.					
4 Usted tiene posibilidad de crecer en esta empresa.					
5 Usted trabaja en equipo.					
6 Usted tiene en claro las metas de la empresa.					
7 Usted está de acuerdo que los servicios que brindan cumplen con las medidas requeridas por el público.					
8 Usted está de acuerdo que las ventas y producción aumentaron a un 12% en los últimos 3 meses.					
9 Usted está de acuerdo que a través de la página de internet creada para cotizaciones aumento sus ventas en los últimos 12 meses.					
10 Usted está de acuerdo que en un periodo de 4 años puedan abrir otra sucursal en Cajamarca.					
11 Usted está de acuerdo que su cartera de clientes que tiene en este momento se ha fortalecido.					
12 Usted está de acuerdo que el ingreso del policarbonato al mercado actual es un producto que le ayudara a diversificar sus productos en la empresa.					
13 Usted está de acuerdo con que la empresa debe de tener un local propio.					
14 Para usted el sector vidriero es muy competitivo.					
15 Usted está de acuerdo que los proveedores han formado alianzas estratégicas con la empresa.					
16 Usted ha requerido de algún préstamo para comprar sus nuevas maquinarias.					
17 Usted informa a su personal sobre sus políticas, objetivos y metas de la empresa.					
18 Usted contrata a personal con experiencia y les informa sobre sus funciones.					
19 Usted hace reuniones con sus operarios.					

Anexo 5

Instrumento N° 2

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CORRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
Instrumento N° 2 Ficha de análisis documentario

Nombre del documento:	Plan Estratégico de la Corporación Pacifico E.I.R. L		OBSERVACIONES El plan estratégico de la empresa es deficiente porque no tiene en claro su presente, su futuro, como es que quiere llegar a cumplir sus objetivos por lo tanto su toma de decisiones es difícil y complicada por eso sus resultados no son los que ellos esperan debido que no tiene un camino claro al cual llegar.
Tipo de documento:	Informe		
Fecha de emisión:	24/11/2016		
Elaborado por:	Corporación Pacifico E.I.R.L.		
Vigencia:	Desde: 25/11/2013	Hasta: la actualidad	
Descripción:	El Plan Estratégico de la empresa Corporación Pacifico nos da a conocer quiénes son, los servicios que brindan, nos indican su misión, visión y valores.		
Ubicación:	http://www.corporacionpacifico.com/plan-estrategico.html		

Anexo 6

Experto N° 1 validación de instrumentos

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Datos Generales:

- 1.1 **Apellidos y Nombres del Experto:** Rojas Chávez, Guillermo Alfredo
- 1.2 **Cargo:** Docente universitario con actividad de investigación
- 1.3 **Institución donde labora:** Universidad Nacional de Cajamarca
- 1.4 **Grado Académico:** Magister en derecho penal
- 1.5 **Nombre del Instrumento:** Guía de entrevista
- 1.6 **Autores del instrumento:** Mendoza Hoyos, Joiver Alexander y Murga Azaña, Laura Teresa
- 1.7 **Título de la investigación:** Influencia Del Plan Estratégico Para La Toma De Decisiones En La Empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021
- 1.8 **Fecha:** 10/04/2022

Aspectos de Validación:

Criterios	Niveles	Baja				Regular				Bueno				Muy bueno			
		0 – 25%				26 – 50%				51 – 75%				76 – 100%			
		0	7	13	19	26	33	39	45	51	57	63	69	76	82	88	94
Indicadores	6	12	18	25	32	38	44	50	56	62	68	75	81	87	93	100	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado											68					
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables												70				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica											68					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												69				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad												70				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación.											68					
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos												70				
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores											68					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación											68					
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación												70				

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Baja b) Regular c) Bueno d) Muy bueno

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

69


Mg. Derecho Penal Rojas Chávez, Guillermo Alfredo
DNI N° 07956997

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO FACULTAD
DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS**

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Datos Generales:

- 1.1 **Apellidos y Nombres del Experto:** Rojas Chávez, Guillermo Alfredo
- 1.2 **Cargo:** Docente universitario con actividad de investigación
- 1.3 **Institución donde labora:** Universidad Nacional de Cajamarca
- 1.4 **Grado Académico:** Magister en derecho penal
- 1.5 **Nombre del Instrumento:** Ficha de análisis documental
- 1.6 **Autores del instrumento:** Mendoza Hoyos, Joiver Alexander y Murga Azaña, Laura Teresa
- 1.7 **Título de la investigación:** Influencia Del Plan Estratégico Para La Toma De Decisiones En La Empresa Corporación Pacífico E.I.R.L., Cajamarca 2021
- 1.8 **Fecha:** 10/04/2022

Aspectos de Validación:

Criterios	Niveles	Baja				Regular				Bueno				Muy bueno			
		0 – 25%				26 – 50%				51 – 75%				76 – 100%			
		0	7	13	19	26	33	39	45	51	57	63	69	76	82	88	94
	Indicadores	6	12	18	25	32	38	44	50	56	62	68	75	81	87	93	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado											68					
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables												70				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica											68					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												69				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad												70				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación.											68					
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos												70				
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores											68					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación											68					
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación												70				

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Baja b) Regular **c) Bueno** d) Muy bueno

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

69


Mg. Derecho Penal Rojas Chávez, Guillermo Alfredo
DNI N° 07956997

Anexo 7

Experto N° 1 validación de instrumentos

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Datos Generales:

- 1.1 **Apellidos y Nombres del Experto:** Mendo Chávez Nelson Demetrio
 1.2 **Cargo:** Docente universitario con actividad de investigación
 1.3 **Institución donde labora:** Universidad Nacional de Cajamarca
 1.4 **Grado Académico:** Magister
 1.5 **Nombre del Instrumento:** Guía de entrevista
 1.6 **Autores del instrumento:** Mendoza Hoyos, Joiver Alexander y Murga Azaña, Laura Teresa
 1.7 **Título de la investigación:** Influencia Del Plan Estratégico Para La Toma De Decisiones En La Empresa Corporación Pacífico E.I.R.L, Cajamarca 2021
 1.8 **Fecha:** 08 de abril del 2022

Aspectos de Validación:

Criterios	Niveles	Baja				Regular				Bueno				Muy bueno			
		0 – 25%				26 – 50%				51 – 75%				76 – 100%			
		0	7	13	19	26	33	39	45	51	57	63	69	76	82	88	94
Indicadores	6	12	18	25	32	38	44	50	56	62	68	75	81	87	93	100	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado												75				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables													80			
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica													80			
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												75				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad												75				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación.														85		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos												75				
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores													80			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación													80			
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación														85		

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Baja b) Regular c) Bueno d) Muy bueno

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

69


 M.Cs. Econ. Nelson D. Mendo Chávez
 C.E.C. N° 138

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO FACULTAD
DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS**

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Datos Generales:

- 1.1 **Apellidos y Nombres del Experto:** Mendo Chávez Nelson Demetrio
- 1.2 **Cargo:** Docente universitario con actividad de investigación
- 1.3 **Institución donde labora:** Universidad Nacional de Cajamarca
- 1.4 **Grado Académico:** Magister
- 1.5 **Nombre del Instrumento:** Ficha de análisis documental
- 1.6 **Autores del instrumento:** Mendoza Hoyos, Joiver Alexander y Murga Azaña, Laura Teresa
- 1.7 **Título de la investigación:** Influencia Del Plan Estratégico Para La Toma De Decisiones En La Empresa Corporación Pacífico E.I.R.L, Cajamarca 2021
- 1.8 **Fecha:** 08 de abril del 2022

Aspectos de Validación:

Criterios	Niveles	Baja				Regular				Bueno				Muy bueno			
		0 – 25%				26 – 50%				51 – 75%				76 – 100%			
		0	7	13	19	26	33	39	45	51	57	63	69	76	82	88	94
Indicadores	6	12	18	25	32	38	44	50	56	62	68	75	81	87	93	100	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado												75				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables													80			
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica													80			
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												75				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad												75				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación.														85		
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos												75				
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores													80			
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación													80			
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación														85		

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Baja b) Regular c) Bueno **d) Muy bueno**

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

79


 M.C. Econ. Nelson D. Mendo Chávez
 CEG. N° 198

Anexo 8

Plan Estratégico de la empresa Corporación pacifico E.I.R.L



Corporación Pacifico E.I.R.L Vidriería, Ferretería y Carpintería

¿Quiénes Somos?

Somos una empresa cajamarquina, ofrecemos varios servicios como son vidriera, ferretería, carpintería entre otros más. Nuestros trabajos hablan de nuestro profesionalismo en los años activos en esta hermosa ciudad de Cajamarca; prueba de ello son nuestros clientes satisfechos con nuestros servicios, los cuales son:



Servicio en Vidriería

[Ver más](#)



Servicio en Carpintería

[Ver más](#)



Servicio en Soldadura

[Ver más](#)



Ferretería

[Ver más](#)

Misión

En corporación Pacifico ofrecemos calidad en nuestros productos. Puntualidad, innovación y cumplimiento en nuestros servicios y ejecución de los proyectos.

Visión

Mantener la satisfacción y confianza que hemos generado entre nosotros y nuestros clientes a través de todos estos años de trabajo en esta hermosa ciudad.

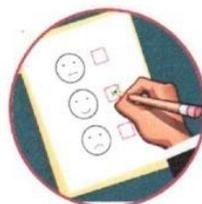
Valores



PUNTUALIDAD



RESPETO



CALIDAD

SOMOS TU MEJOR OPCIÓN PARA CRISTALIZAR TUS SUEÑOS

Jr. Chanchamayo N° 1178 – Cajamarca

Celular: 964538082/945575167

Email: corporacionpacifico7@hotmail.com

Anexo 9

Propuesta del Plan Estratégico para la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L

Plan Estratégico para la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L

La empresa Servicios Generales Corporación Pacifico E.I.R.L, actualmente cuenta con un plan estratégico deficiente, a consecuencia no tiene una buena organización, la misión y visión no son los adecuados, no establecen sus objetivos y valores corporativos.

Misión

Somos una empresa Cajamarquina que está dedicada a diseñar, fabricar, comercializar e instalar cristales, aluminio y remodelación para satisfacer las necesidades de nuestros clientes con precios competitivos y atención personalizada.

Visión

Para el año 2023 nos convertiremos en una empresa consolidada, reconocida y distinguida en el sector vidriero a nivel local por la calidad, excelencia e innovación de nuestros servicios y productos; garantizando la eficiencia y compromiso de nuestros trabajadores.

Valores

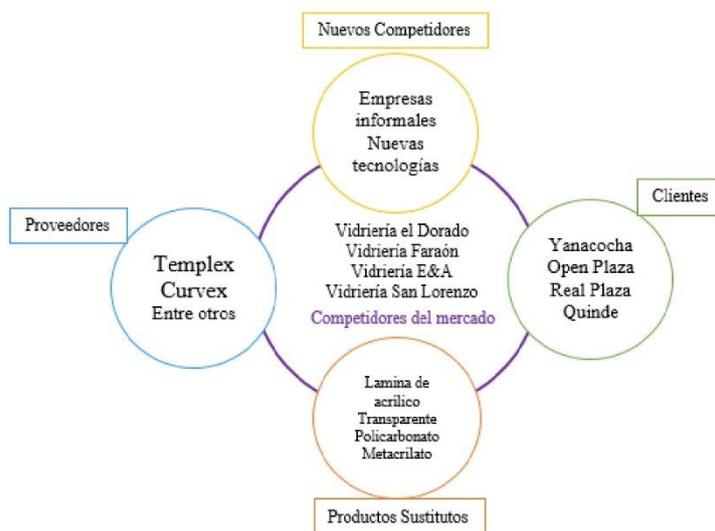
- a. Respeto:** Es valorar a cada miembro de la empresa y su función que cumplen.
- b. Compromiso:** Es un vínculo de lealtad por parte de los trabajadores hacia la empresa.
- c. Calidad:** Nuestros servicios y productos son la característica de nuestra empresa, por ello nos esforzamos para mejorar cada día en toda la empresa.
- d. Responsabilidad:** Somos responsables de nuestros servicios brindados comprometiéndonos con todos nuestros compañeros y nuestros clientes.

Análisis Externo

La empresa Corporación Pacifico nos da a conocer que ellos no tienen competidores porque ellos no compiten solo dan lo mejor de ellos y su cartera de clientes los respalda; por otra parte, sus proveedores están fidelizados y siempre llegan a los mejores acuerdos cuando se trata de grandes servicios.

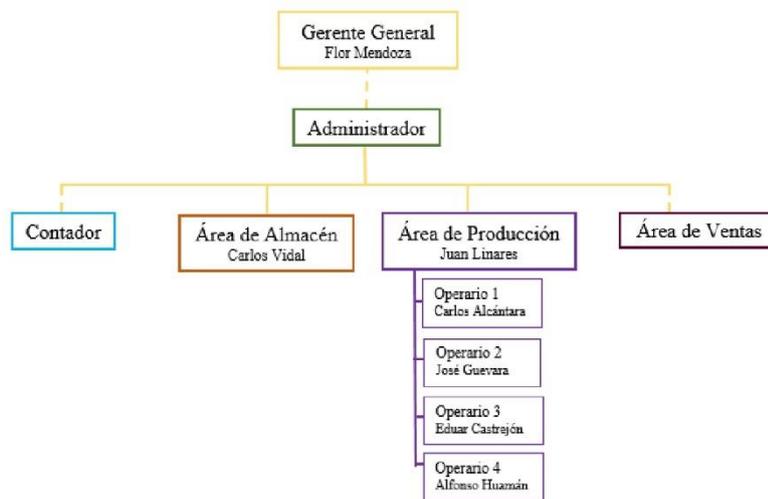
Económicas	Leyes y Política	Tecnología	Demografía, Sociales y Ambientales	Competencias
En la actualidad el Perú vive una incertidumbre económica debido a la crisis sanitaria a la que seguimos atravesando. Por lo tanto, Cajamarca tuvo un leve decrecimiento en el año 2021 por la crisis Covid 19 ya que hay empresas que no las acogieron a la reactivación económica como el caso de la empresa Corporación Pacífico E.I.R.L la cual sigue sobresaliendo por sus propios recursos.	Perú en los últimos años vive una incertidumbre política debido a nuestro congreso de la república, que es el encargado de ejercer el Poder Legislativo cuya función es analizar, plantear y aprobar leyes las mismas que estimulan el desarrollo social, fomentan las inversiones las cuales son claves del país.	La tecnología es un punto fundamental en cada empresa ya que en el sector vidriero cada vez son más las empresas que innovan con vidrios acústicos para evitar ruidos externos, vidrios más gruesos, vidrios mas estéticos, etc.	En el sector vidriero no tuvo mucho apoyo por parte del gobierno ya que la informalidad incrementa en este sector, por lo tanto, la crisis sanitaria hizo cambiar las prioridades de la población. El sector viene generando contaminación a la atmosfera, por lo tanto, solo el 1.9 % del total de residuos de vidrios se recicla.	La crisis sanitaria intervino mucho a la informalidad de vidrierías, empresas que usan maquinarias avanzadas en sus procesos de fabricación e ingresos de productos chinos, que tengan mejor calidad de atención.

Las cinco fuerzas de Porter



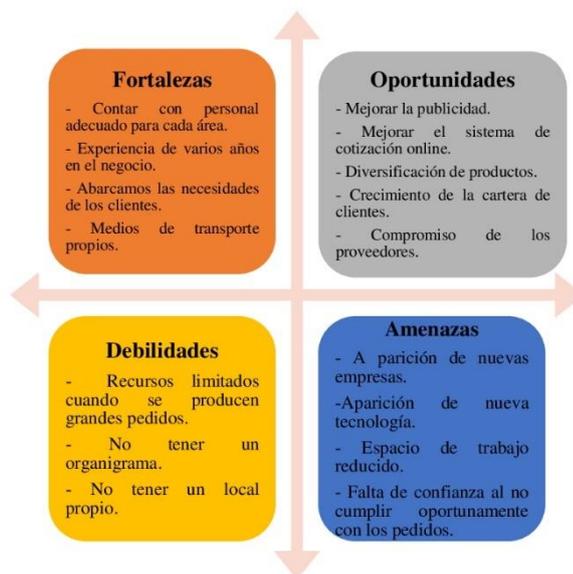
Evaluación Interna

La empresa Corporación Pacífico se encuentra en una buena etapa de su trayectoria ya que la cartera de clientes creció estos últimos 2 años (Real Plaza, Quinde, Open Plaza, Banco BCP, Yanacocha, entre otros); los trabajadores de cada área se involucran en todas las áreas (no hay organigrama), la gerente da un buen trato a todos sus trabajadores como incentivos, descuentos, canastas navideñas, permisos e horario laboral.



Análisis FODA

En la entrevista realizada pudimos observar las Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.



Objetivos de la empresa

	Fortalezas	Debilidades
	Contar con personal adecuado para cada área. 1.F Experiencia de varios años en el negocio. 2.F Abarcamos las necesidades de los clientes. 3.F Medios de transporte propios. 4.F	Recursos limitados cuando se producen grandes pedidos. 1.D No tener un organigrama. 2.D No tener un local propio. 3.D
Oportunidades	OB.1: Poner al alcance de nuestros clientes una variedad de productos e innovaciones.	OB.3: Implementar un nuevo local amplio para garantizar la atención de todos nuestros pedidos.
1.O Mejorar la publicidad. 2.O Mejorar el sistema de cotización online. 3.O Diversificación de productos. 4.O Crecimiento de la cartera de clientes. 5.O Compromiso de los proveedores.		
Amenazas	OB.2: Ofrecer un producto de calidad a nuestros clientes.	OB.4: Contar con recursos humanos y financieros.
1.A Aparición de nuevas empresas. 2.A Aparición de nueva tecnología. 3.A Espacio de trabajo reducido. 4.A Falta de confianza al no cumplir oportunamente con los pedidos.		

Establecer objetivos

Objetivo General:

Proveer a nuestros clientes productos de calidad, precios competitivos, innovación de servicios, puntualidad en los productor y servicios para obtener una plena satisfacción de nuestros clientes.

Objetivos específicos:

1. Poner al alcance de nuestros clientes una variedad de productos e innovaciones.
2. Garantizar la calidad del servicio.
3. Brindar productos de calidad.
4. Puntualidad de nuestros servicios y productos.

Identificación de estrategias

Objetivos	Estrategias
OB.1: Poner al alcance de nuestros clientes una variedad de productos e innovaciones.	Implementación de un sistema computarizado para el seguimiento de las Cotizaciones y otros. Desarrollo de alianzas estratégicas
OB.2: Ofrecer un producto y servicio de calidad a nuestros clientes.	Implementación de nuevos producto y servicios favoreciendo a nuestros clientes Potenciar las acciones publicitarias y promociones a través de los canales de radio, televisión, volantes y redes sociales
OB.3: Implementar un nuevo local amplio para garantizar la atención de todos nuestros pedidos.	Contar con nueva tecnología, maquinaria e instrumentos y EPP S
OB.4: Contar con recursos humanos y financieros.	Capacitación constante en temas relacionados al servicio y producto brindado.

Anexo 10

Proyección de ingresos en los 3 próximos años y beneficios de la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L

Ventas Netas 2019 S/144,000
Tasa de crecimiento del sector construcción 3% **Fuente:** MEF

PROYECCIÓN DE VENTAS NETAS			
Año	2021	2022	2023
Ingresos S/.	S/151,200	S/155,736	S/160,408
Crecimiento %	4.76%	7.54%	10.23%

Proyección de ingresos en los 3 próximos años y beneficios de la empresa Corporación Pacifico E.I.R.L tomamos como año base el año 2019 ya que fue un año clave porque en el 2020 fue inicio de la pandemia la mayoría de negocios cerro.

Las proyecciones de ingresos futuros se darán a partir del año 2021 donde se proyecta un crecimiento del 4.76%, en el año 2022 se proyecta un crecimiento 7.54% y en el año 2023 se proyecta un crecimiento de 10.23%, estos crecimientos se basan a que implementara un sistema computarizado (RETAIL), alianzas estratégicas con nuevos proveedores y clientes, implementación de productos y servicios nuevos, nueva tecnología, maquinaria, EPPs y capacitaciones a su personal.