

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DE SERVICIO EN LA
EMPRESA SICHIGO SAC DEDICADA A LOS SERVICIOS DE
MANTENIMIENTO MECÁNICO EN LA MINERÍA DE LA
CIUDAD DE HUARMEY, AÑO 2021

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

CHANG REGALADO, EDGAR MARTIN
ORCID: 0000-0003-1141-3954

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE- PERU

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Chang Regalado, Edgar Martin

ORCID: 0000-0003-1141-3954

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado Chimbote,
Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas, Escuela profesional de Administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002- 5471-4549

JURADO EVALUADOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Angel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

Asesor

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a mi hijo Rodrigo Chang, porque él tubo soportar largas horas sin la compañía de su padre, sin poder entender a su corta edad, por qué preferir estar al frente de una computadora y no al costado de él jugando y disfrutando de sus ocurrencias y de sus numerosas experiencias en su etapa de niñez.

Gracias hijo por entender que, durante el desarrollo de esta tesis, fue necesario sacrificar situaciones y momentos a tu lado para así poder completar exitosamente mi trabajo académico.

Agradezco cada una de tus sonrisas y tus muestras de cariño hacia mí. Todos mis esfuerzos han valido la pena porque has estado a mi lado, iluminándome con tu amor. Estoy muy orgulloso de ser tu padre.

A mi esposa Jessenia Cueto que siempre está a mi lado siendo el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quien estuvo en los días y noches más difíciles, siempre me demostró ser mi mejor guía como esposa y amiga de mi vida.

Tu ayuda ha sido fundamental para cumplir esta meta y objetivo profesional, este proyecto de tesis no fue fácil, pero estuviste motivándome para poder culminar esta tesis con éxito, y poder gozar del privilegio de ser complacido, con tu amor por mí en cada instante y que siempre quiso lo mejor para mi porvenir.

Te agradezco por tantas ayudas y muchos aportes no solo para el avance de mi tesis, sino además para mi vida; eres mi inspiración y mi razón.

Gracias por ser quién eres y por creer en mí”

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación de tesis esta dedicado a mi hijo inspiración de superación que con su presencia me da fuerzas para lograr mis objetivos profesionales, valoro el tiempo que perdimos en compartir en diferentes actividades todo sacrificio tiene sus resultados, gracias por entender que el éxito demanda algunos sacrificios y que el compartir tiempo con ellos, hacia parte de estos sacrificios.

A mis padres porque siempre me enseñaron que la perseverancia y sacrificio tiene resultados de éxito, con sus valores aprendí que si te caes te levantas sin mirar atrás, de los errores aprendes y te haces mas fuertes que para el éxito no hay obstáculos, gracias padres míos son parte de mi éxito profesional.

A mi fiel compañera esposa amada, gracias por tus alientos de superación y darme las fuerzas para poder lograr todas mis metas profesional y laboral.

Nos supimos tropezar y caer, pero siempre nos levantamos unidos como familia, nunca nos rendirnos superamos muchos obstáculos y dificultades allí el resultado la culminación de mi tesis de investigación para mi titulación.

Este esfuerzo y satisfacción es de toda nuestra familia la que conformamos mi hijo y tu amada esposa Jessenia Cueto.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se propuso como objetivo general: Determinar las características de la planificación estratégica y como se podría mejorar a incrementar las ventas de servicios en la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021. La investigación fue un diseño no experimental – transversal, se utilizó una población muestral de 05 Mypes, se les aplico un cuestionario de 19 preguntas la cual se obtuvo información mediante la técnica de la encuesta, para ser procesada y analizada obteniendo resultados que las Mypes no tienen conocimiento y no aplican la planificación estratégica para los servicios mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey.

El 40.00% de Mypes encuestados manifiestan que se encuentran entre 18 a 30 años. El 80.00 % de las representantes dedicadas a los servicios mecánico en minería encuestadas, pertenece al género masculino. El 60.00 % de los representantes de la Mypes, respondieron que tienen grado de instrucción superior universitaria. El 80.00 % de los encuestados refieren que, desconocen gestión de planificación estratégica. El 60.00% de los encuestados de la Mypes indican que desconocen el concepto de planificación estratégica para reconocer a sus competidores internos y externos.

Se concluye que la mayoría de las microempresas no aplican la planificación estratégica en todas las áreas para poder sincronizar de manera eficiente todas las funciones operativas y administrativas, analizando sus fortalezas y debilidades para fortalecer su alianza empresarial como socios estratégicos mediante cronogramas de capacitaciones a los representantes y trabajadores, realizar una investigación de técnicas más actualizadas para implementarlas y aplicarlas una planificación estratégica eficiente, implementar un estatus de control de servicios aplicando herramientas como reportes de las ventas diarias o semanales, encuestas semestrales y un análisis FODA para medir tus fortalezas y debilidades de tus clientes

Palabras Clave: Eficiencia, Gestión, mejora continua, planificación estratégica.

ABSTRACT

The present research work was proposed as a general objective: To determine the characteristics of strategic planning and how it could be improved to increase the sales of services in the company SICHIGO SAC dedicated to mechanical maintenance services in the mining of the city of Huarmey, year 2021. The research was a non-experimental design - cross-sectional, a sample population of 05 Mypes was used, a questionnaire of 19 questions was applied to them, which information was obtained through the survey technique, to be processed and analyzed obtaining results that The Mypes do not have knowledge and do not apply strategic planning for mechanical services in the mining of the city of Huarmey.

40.00% of Mypes surveyed state that they are between 18 and 30 years old. 80.00% of the surveyed representatives dedicated to mechanical services in mining belong to the male gender. 60.00% of the representatives of the Mypes responded that they have a higher university education degree. 80.00% of those surveyed state that they are unaware of strategic planning management. 60.00% of the Mypes respondents indicate that they are unaware of the concept of strategic planning in order to recognize their internal and external competitors.

It is concluded that most micro-enterprises do not apply strategic planning in all areas in order to efficiently synchronize all operational and administrative functions, analyzing their strengths and weaknesses to strengthen their business alliance as strategic partners through training schedules for representatives. and workers, carry out an investigation of more up-to-date techniques to implement and apply them an efficient strategic planning, implement a status of service control applying tools such as daily or weekly sales reports, semi-annual surveys, and a SWOT analysis to measure your strengths and weaknesses of your clients

Key Words: Efficiency, Management, continuous improvement, strategic planning.

CONTENIDO

	Pág.
1. Título de la tesis (Caratula).....	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado evaluador.....	iii
4. Hoja de agradecimiento.....	iv
5. Hoja de dedicatoria.....	v
6. Resumen.....	vi
7. Abstract.....	vii
8. Contenido (índice).....	viii
9. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	6
III. Hipótesis.....	21
IV. Metodología.....	22
4.1. Diseño de la investigación.....	22
4.2 Población y Muestra.....	22
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	23
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
4.5. Plan de análisis.....	24
4.6. Matriz de consistencia.....	25
4.7. Principios éticos.....	27
V. Resultados.....	28
5.1. Resultados.....	28
5.2. Análisis de Resultados.....	35
VI. Conclusiones y recomendaciones.....	49
6.1. Conclusiones.....	49
6.2. Aspectos complementarios.....	50
Referencias bibliográficas.....	51
Anexos.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Tabla 2. Características de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Tabla 3. Características de la planificación estratégica de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Tabla 4. Características de la planificación estratégica de las micros y pequeñas empresas para incrementar las ventas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	43
Figura 2. Genero	43
Figura 3. Grado de Instrucción	44
Figura 4. Cargo	44
Figura 5. Años en el rubro	45
Figura 6. Número de trabajadores en la empresa	45
Figura 7. Personas que trabajan en la empresa	46
Figura 8. Objetivo de la empresa	46
Figura 9. Indicadores de gestión	47
Figura 10. Modelos modernos de la planificación	47
Figura 11. Rendimiento de la organización o negocio	48
Figura 12. Misión y visión, a la planificación estratégica	48
Figura 13. Habilidades, capacidades, talentos	49
Figura 14. Funciones en relación planificación estratégica	49
Figura 15. Competidores potenciales en el mercado laboral organizacional	50
Figura 16. Atracción a los clientes de sus competidores	50
Figura 17. Métodos de mercadeo para generar y atraer clientes	51
Figura 18. Posición o percepción actual en el mercado	51
Figura 19. Mejoramiento en sus operaciones administrativas	52

I. INTRODUCCION

El peruano (2020) señala que las Mypes desempeñan un papel central en el desarrollo de la economía nacional. De acuerdo con datos oficiales, constituyen más del 99% de las unidades empresariales en el Perú, crean alrededor del 85% del total de puestos de trabajo y generan aproximadamente el 40% del producto bruto interno. Consciente de este desafío, el gobierno junto al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) crearon medidas económicas para apoyar a las Mypes, a través de los programas de Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial a la micro y pequeña empresa (FAE-Mype). La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) flexibilizó el tratamiento de las provisiones que se aplican a los créditos que se otorguen en esos programas.

El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (IEDEP- CCL, 2020) estima que el PBI caería 3,7% para este año por efecto del COVID-19 fundamentado en la contracción de la demanda interna privada. Las micro y pequeñas empresas (Mypes) ante este nuevo escenario son las más afectadas. El estado de emergencia y el aislamiento obligatorio han hecho que la demanda de sus productos caiga notoriamente. Las medidas de restricción les impiden contar con la mano de obra necesaria para trabajar con normalidad, lo cual ocasiona un grave inconveniente considerando que muchas de ellas están vinculadas con los sectores manufacturero y de servicios.

La pequeña y microempresa (Mype) se ha convertido en importante centro de atención para la economía, especialmente para el sector financiero, debido a que genera oportunidades de empleo e ingresos a la población y dinamiza la economía local, con los diversos estudios realizados en el Perú y en otros países, se dan a conocer lo dificultad que se tiene para interactuar a una Mype, esto se debe a las diversas formas de criterios que se utilizan en cada uno de ellos.

En el Perú, esta definición varía de acuerdo con lo consignado en el marco legal de la “Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa” (Ley 28015). Hoy en día en el Perú, las grandes empresas realizan contratos y/o subcontratos con el gobierno, para realizar trabajos específicos para que realicen un determinado trabajo a través de servicios de construcción, asesoramiento, consultoría, etc. Dicho rubro se ha transformado en un sector específico de actividad profesional, y también porque no mencionarlo en un método de ayuda a dichas organizaciones.

En el año 2020, se han registrado 77 empresas contratistas mineras, siendo Lima la región que más registros tuvo con 39 en total, seguida por la región Arequipa con 8 y La Libertad con 6. Dentro de la última década, el año 2020 refleja una disminución notable de registro de contratistas mineros, esto podría tener como un factor la emergencia sanitaria que se presentó durando todo el año.

Las empresas contratistas de servicios mantenimiento mecánicos, alimentación, explotación, etc. Mypes aportan con sus actividades oportunidades de puestos de trabajos para el desarrollo económico, demostrando que pueden jugar un papel muy importante en la disminución de la pobreza y en el crecimiento económico gracias al empleo y generación de ingresos que permiten una mano de obra productiva, estructuras familiares más fuertes y comunidades más prosperas.

Un plan estratégico bien estructurado y organizado sirve como herramienta para trazar estrategias de planificación, organización, dirección y control que tiene como único objetivo es mejorar los procesos de ventas de servicios o mercaderías para la satisfacción del cliente en sus rubros comercial.

Con un buen plan estratégico de mejora para incrementar las ventas de servicios en una primera instancia que se plantea SICHIGO SAC, a corto plazo es obtener en un 10% más específicamente, y permitir de forma consecuente un mejor posicionamiento de la organización en el sector industrial Minero , el mejoramiento de las debilidades y potenciación de las fortalezas nos brindara las herramientas para la creación de un plan estratégico claro y conciso que direcciona a la empresa hacia un crecimiento integral, con miras al cumplimiento de sus objetivos y la satisfacción de sus clientes , los servicios prestados comercializados por SICHIGO SAC en Huarney Ancash tiene la filosofía de ser un socio estratégico de las empresas privadas y de posicionarse en el mercado de la industria minera, petrolera y otros. Están desarrollando un estilo de trabajo basado en los valores de seguridad, bioseguridad, respeto por el medio ambiente y pasión por el trabajo. Se caracteriza por brindar servicios industriales y saneamiento ambiental que se ajusten a la necesidad de sus clientes con calidad, rapidez y eficiencia buscando la mejora continua.

En la ciudad de Huarmey, en donde se aplicó la investigación, se observó que las Mypes no cuentan con una formación de capacitación para aplicar una propuesta de planificación estratégica para incrementar sus ventas de servicios. De tal manera que los representantes deben solicitar ayuda de un experto que analice e identifique las diferentes áreas para poder ayudar a dar soluciones más adecuadas con lo que se refiere a una planificación estratégica eficiente. Por lo anteriormente mencionado, se planteó el enunciado del problema de investigación que es el siguiente: ¿Cuáles son las características de la planificación estratégica y como se podría mejorar para incrementar las ventas de servicios en la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021?

Para dar solución al problema se planteó como objetivo general: Determinar las características de la planificación estratégica y como se podría mejorar a incrementar las ventas de servicios en la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Y para dar cumplimiento al objetivo general se plantearon objetivos específicos que se mencionan:

- a) Definir las principales características del representante de la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería en la ciudad de Huarmey, año 2021.
- b) Nombrar las principales características de la empresa SICHIGO SAC en la ciudad de Huarmey, año 2021.
- c) Describir las principales características de la planificación estratégica para incrementar las ventas de servicios en la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.
- d) Elaborar una propuesta de mejora de la planificación estratégica de la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Este trabajo de investigación está debidamente justificado porque permitió conocer las principales características de la planificación estratégica y como se podría mejorar a incrementar las ventas de servicios, de los representantes, gerentes o administradores de las micro y pequeñas empresas en estudio.

Mencionar también que se justifica porque proporciono nuevos conocimientos con respecto a herramientas o técnicas modernas de gestión, como es la planificación estratégica

,que servirá como punto raíz para que los representantes de la empresas puedan mejoras sus procesos en todas sus áreas operacionales y administrativas y aporten en la toma de decisiones ,optimizar recursos y de reinventar y renovar las estructuras, los procesos y las maneras de medir los resultados de las ventas de servicios y el desempeño de personal .

Del mismo modo servirá y permitirá como aporte para todos los futuros emprendedores a nivel región y país, a través de los resultados obtenidos en el estudio de investigación puedan aplicar la mejora continua en sus procesos administrativos y operacionales aplicando la planificación estratégica y aporten a mejorar su posicionamiento en el mercado empresarial a nivel nacional.

Y como no mencionarlo y ratificarlo que dicha investigación servirá como antecedente para los futuros investigadores de las diferentes universidades de la localidad o provincia, departamento. Del mismo modo permitirá a que los emprendedores de la región Ancash de donde es la parte geográfica de la investigación puedan realizar un análisis crítico, observar sus errores empresariales, y sea un aporte para que puedan mejorar sus operaciones en todas las áreas de mayor riesgo y permita un crecimiento de madurez y proyección comercial de las micros y pequeñas empresas.

La investigación fue un diseño no experimental – transversal, como además se utilizó una población muestral de 05 Mypes, a quienes se les aplico un cuestionario de 19 preguntas en lo cual se obtuvo información mediante la técnica de la encuesta, seguidamente fue procesada y analizada obteniendo resultados que las Mypes no tienen mayor conocimiento y no aplican la planificación estratégica para los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarney.

Mencionar también El 40.00% de los representantes Mypes encuestados manifestaron que se encuentran entre 18 a 30 años, como también hay una representación de 40.00 % entre la edad de 31 a 50 años y por último encontramos un 20.00 % que su edad es 51 año a más. El 80.00 % de los representantes de las Mypes dedicadas a los servicios de mantenimiento mecánico en minería encuestadas, pertenece al género masculino, y un 20.00 % representado por el género femenino.

El 60.00 % de los representantes de la Mypes, respondieron que tienen como grado de instrucción superior universitaria, el 20.00% tienen grado de instrucción no universitaria, concluyendo con un 20.00% de solo con estudios secundarios. El 80.00% de los

representantes de la Mypes respondieron en la encuesta que son los dueños que lideran o representan sus empresas como administradores y un 20.00 % están liderados por personal administradores que son personas emprendedoras que inician su propio negocio a pesar de las dificultades que implica emprender un negocio. El 60.00% de las Mypes encuestadas añadieron que permanecen en el rubro de 7 a más años, y un 20.00 % manifiestan que se encuentran en el mercado o rubro de 4 a 6 años, además mencionar que se encontró un 20.00 % de empresas que se están posicionando en el negocio y experimentando la responsabilidad de negocio de servicios de mantenimiento en el sector minero. El 80.00 % de las empresas Mypes encuestadas, respondieron que tiene de 11 a más trabajadores en su administración dependiendo el tipo de servicios que obtengan en cada contrato con el cliente, y también se evidencio por las encuestas que un 20.00 % tienen de 6 a 10 trabajadores en su representadas. Dichos resultados nos reflejan que la mayoría de las empresas Mypes, son negocios a media escala que pueden realizar sus operaciones con cantidad de personas dependiendo el tiempo y cantidad de servicios que obtengan, pero lo mayor parte de sus operaciones de servicios lo realizan con trabajadores ya establecidos por la necesidad del servicio y ven por conveniente no contratar más trabajadores. El 100.00 % de las Mypes encuestadas, indicaron que su principal objetivo de su creación fue la finalidad de generar rentabilidad y ganancias.

El 80.00 % de los encuestados refieren que, desconocen los indicadores de gestión para poder medir su eficiencia para su planificación estratégica y un 20.00% mencionaron que si conocen dicho indicador de gestión. El 60.00% de los encuestados indicaron que conocen modelos de manuales de políticas y objetivos dentro de una planificación estratégica, además se obtuvo un 20.00% de los encuestados que manifestaron que conocen el Diagrama de Gantt que los ayudan a visualizar los componentes básicos de un proyecto o servicio y organizarlo en tareas pequeñas y gestionables, y un resultado que más nos preocupa es un 20.00% no conoce ningún modelo de planificación estratégica. El 60.00% de los representantes encuestados de la Mypes indican que desconocen el concepto de planificación estratégica para reconocer a sus competidores internos y externos, el 20.00% de los encuestados manifiestan que conocen y aplican planificación estratégica en sus empresas, y finalmente el 20.00% tienen cierto conocimiento al respecto de planificación estratégica.

Y como propuesta de mejora manifestaron que se debería aplicar la planificación estratégica en todas las áreas para poder sincronizar de manera eficiente todas las funciones operativas y administrativas, analizando sus fortalezas y debilidades y esa manera estar pendiente de las necesidades y dificultades de sus clientes para fortalecer su alianza empresarial como socios estratégicos.

La mayoría de los representantes se encuentran entre la edad 18 a 30 años, son de género masculino, expresan tener un grado de instrucción universitario completo, además son en su gran mayoría los dueños o gerentes quienes las lideran, indicaron además que se encuentran en el cago más de 7 años.

La mayoría de las empresas se encuentran en el sector más de 7 años, cuentan con más de 11 trabajadores, expresan que en su mayoría sus trabajadores no son de su entorno familiar y su propósito u objetivo de su creación es generar ganancias.

La mayoría de los representantes de las Mypes manifestaron que tienen poco conocimiento de la aplicación de planificación estratégica, expresan que aplican herramientas de control pero que no son las apropiadas , existe una mayoría de personal que se encuentran en un estado de confort, existe una medición de rendimiento de personal operacional ineficiente , se ofrece sus servicios sin métodos de satisfacción al cliente y medición de costos y finalmente manifiestan que la implementación de la planificación estratégica les permitió realizar una gestión eficiente en sus operaciones de servicios y administrativamente .

Se concluye que la mayoría de las microempresas no tienen mayor conocimiento de la planificación estratégica, por el cual se debe implementarla para que obtengan una posición en el mercado industrial, incremente sus ventas de servicios para que generen confianza y fidelidad de sus clientes o socios estratégicos empresarial.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Ordinola & Martínez (2019) en su tesis de investigación *Planeamiento estratégico, diseño de procesos y otras propuestas de mejora para una empresa del sector metalmecánica* tuvo como objetivo proponer un plan estratégico, una mejora de procesos, de distribución en planta, y la identificación de otras propuestas de mejora que permitan obtener mayores beneficios en una pequeña empresa de metalmecánica en la ciudad de Piura. Con el fin, de realizar el análisis interno y externo de la empresa para identificar sus oportunidades de mejora y proponer un nuevo plan estratégico, incluyendo una nueva misión, visión, objetivos estratégicos, estrategia corporativa, estrategia de operaciones (con la definición de los servicios ofrecidos) y las propuestas de mejora a través del uso de distintas herramientas. Los procesos de la empresa se identifican, mejoran y rediseñan para documentarse en los procedimientos administrativos, especificando las funciones necesarias para cada área. Asimismo, los autores mencionados plantean propuestas empleando algunas de las herramientas Lean Manufacturing. Finalmente, determinan la redistribución en planta considerando los factores de producción y aplicando la metodología de la planeación sistemática según Muther.

Ruiz (2021) en su tesis *Propuesta de mejora de los factores relevantes del financiamiento en las Mypes del Perú - caso de la empresa Agroindustrias Da silva E.I.R.L., Yarinacocha 2020*. Tuvo como objetivo general identificar las oportunidades de financiamiento que mejoren las posibilidades de las micros y pequeñas empresas del Perú, en su metodología, detalla que su diseño es descriptivo, bibliográfico, no experimental-trasversal y de caso. La cual aplicó la entrevista y cuestionario para recolectar datos al propietario de la empresa aplicando un cuestionario de 11 preguntas, realizó el procesamiento de datos usando la escala Likert, obteniendo los siguientes resultados en función a la única variable la del financiamiento: De manera general el propietario evalúa la administración financiera a un nivel moderado del 100%, esto dado que ha tenido dificultades para acceder a financiamiento formal. Según su evaluación de la dimensión del financiamiento interno obtuvo que se encuentra a un nivel moderado del 100%, en el transcurso de sus operaciones realizó un incremento de capital, el cual continuó siendo insuficiente, también se ha financiado con el uso de utilidades. De la dimensión del financiamiento externo alcanza también un nivel moderado del 100%, debido a que la empresa se ha financiado con terceros, pero de manera informal de manera interna y externa de manera permanente. Finalmente se realiza una propuesta de mejora con el propósito de maximizar utilidades.

Sandoval (2017) en su tesis de investigación *Planeamiento Estratégico Y El Desarrollo Empresarial De La Empresa Servicios De Mantenimiento Electromecánico E.I.R.L.*, En El Distrito De San Juan De Lurigancho, tuvo como finalidad determinar la relación existente entre el Planeamiento Estratégico y el Desarrollo Empresarial, a través del análisis de los datos recolectados mediante una encuesta, en el cual se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 24, para el efectivo desarrollo de este trabajo, el autor obtuvo información valiosa y se le dio solución al problema y se alcanzaron los objetivos establecidos de un inicio. Su trabajo se dividió en seis capítulos, tratando de dosificar los contenidos, mencionando que el primer capítulo el cual es introductorio a la presente tesis, en la cual el autor nos brinda la realidad problemática de la investigación, las teorías que se utilizan, los objetivos e hipótesis, seguido del segundo capítulo se presenta la metodología de la investigación, el diseño, la población la muestra que se obtuvo para la recolección de datos y los métodos para el análisis de este, seguido del capítulo tres en el cual se brinda los resultados de la investigación, procedente a los demás capítulos que son la culminación de la investigación que se presentó la discusión, conclusiones y recomendaciones que se brinda como un aporte a la investigación. El autor con su trabajo de investigación determina la relación existente entre Planeamiento Estratégico y el Desarrollo Organizacional, se aumentó la productividad de los colaboradores así permitiéndoles adaptarse a los cambios existentes, donde se optimizó el trabajo diario y se cumplió con los objetivos de la empresa.

Cuneo & Muñoz (2017) en su investigación *Plan estratégico de la empresa Servicios Múltiples El Paraíso S.R.L., para incrementar las ventas en el periodo 2017-2021, Cajamarca*, tuvo como objetivo establecer un plan estratégico que permita el incremento de las ventas en la Empresa Servicios Múltiples El Paraíso SRL. En primer lugar, desarrollo un análisis situacional referente al alcance geográfico, poblacional, climatológico, y otros aspectos de la empresa; luego realiza la evaluación de factores externos e internos que la afectan directa o indirectamente, con esa información formula las estrategias y selecciona la más adecuada; y finalmente elabora el plan presupuestal con el objeto de mejorar las ventas; todo ello, a través de un análisis diagnóstico evaluativo de diseño mixto, considera, por un lado el diseño exploratorio de técnicas cualitativas tales como la observación, las entrevistas a profundidad, y la revisión documentaria de la empresa. Y, por otro lado, la técnica cuantitativa del cuestionario de diseño descriptivo simple, en donde se especifica la calidad del servicio de la empresa.

Juárez (2017) en su tesis *Propuesta de un Proceso de Planeamiento Estratégico Para la Mejora de la Competitividad en una Empresa Productora y Comercializadora de Metales no Ferrosos Ubicada en la Ciudad de Lima, Para el Periodo 2018-2022*, su trabajo de investigación tuvo como objetivo proponer un proceso de planeamiento estratégico para realizar un análisis externo e interno de la empresa. El análisis externo arrojó un valor de 2.42 y el análisis interno dio un resultado de 2.40, evidenciando que tanto la posición estratégica externa como interna de la empresa son débiles. Por contraparte, tras la realización del análisis de las cinco fuerzas de Porter y del perfil competitivo de la empresa, observó que Polialuminio S.A.C. tuvo un desempeño superior al de sus competidores directos, debido principalmente a sus precios competitivos y a la calidad de sus productos. Posteriormente, se realizó el direccionamiento estratégico, es decir se formuló la misión, visión, valores y código de ética, que sirvieron como base para el planteamiento de objetivos y la selección e implementación de estrategias a seguir para su cumplimiento. Propuso proponen como estrategias, la consolidación de alianzas y sobre todo estrategias internas, ya que se reconoce la prioridad del inmediato mejoramiento en seguridad y salud en trabajo, así como en gestión administrativa. La evaluación del cumplimiento de los objetivos se realizará a partir de indicadores establecidos en el Balanced Scorecard propuesto. Las acciones llevadas a cabo para el logro de los objetivos se establecieron en tres proyectos estratégicos: (1) Implementación de instrumentos de gestión organizacional, (2) Buenas prácticas de producción y (3) Plan de mercadeo. La inversión para su ejecución se justifica con el incremento en las ventas y la reducción en los costos de mantenimiento y por imprevistos.

Neira & Tenelema (2017) en su tesis *Plan estratégico para la empresa Serviexpress dedicada al servicio técnico automotriz en la ciudad de Guayaquil Ecuador*, Serviexpress es ofrecer el servicio técnico automotriz en vehículos de maquinaria pesada, carece de la definición y aplicación de los elementos de la planeación estratégica, lo cual no permite un adecuado funcionamiento de las actividades operativas, e impide el incremento de la productividad y el posicionamiento en el mercado local. Su principal objetivo es diseñar un plan estratégico en la empresa Serviexpress para mejorar el desarrollo de los procesos y procedimientos administrativos para brindar un servicio de calidad a los clientes de tal manera que se pueda alcanzar un alto nivel de competitividad en el mercado local. Su alcance de su investigación descriptiva permitió recolectar los datos e información y mediante el procedimiento de encuestas en una muestra finita para los empleados, clientes actuales, y clientes potenciales, diseñar el análisis FODA y PEST de la Empresa Serviexpress. Los resultados que obtuvo son que la Empresa requiere la

implementación de un plan estratégico para mejorar su estructura organizativa a través de una planificación adecuada y formal de sus actividades.

Villanueva (2019) en su tesis *Propuesta de un Plan Estratégico para Mejorar la Gestión de la Empresa AIRCALELECTRIC S.A.C, periodo 2020 a 2025*, nos manifiesta que planificación estratégica es un proceso que determina que es lo que una organización intenta ser en el futuro incluyendo un conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener una ventaja comparativa sostenibles a lo largo del tiempo. Propone realizar un plan estratégico para producir grandes beneficios que van relacionados con la capacidad de realizar una gestión administrativa más eficiente, utilizando recursos humanos, lo que traerá una eficiencia productiva, una mejor calidad de vida y trabajo para todos los miembros de la organización. Por otro lado, propone establecer una visión, definir la misión, planificar y determinar objetivos, influyen de manera positiva en el desempeño de una organización. Para toda empresa es importante tener un plan estratégico para el resultado de sus objetivos y metas que la empresa desee obtener en el futuro, estos planes deben de realizarse a corto, mediano y largo plazo, según la extensión, dimensión y tamaño que tenga la organización. Debido a la importancia de la planificación estratégica y la realidad de la empresa Aircalelectric S.A.C al no poseer los instrumentos adecuados, objetivos y metas establecidas, ha visto la necesidad de implementar un plan estratégico para mejorar la gestión de la empresa AIRCALELECTRIC S.A.C, 2019, en donde propone el establecimiento de misión,visión,objtivos,la cual brindara una dirección adecuada de lo que la empresa ofrece, obteniendo resultados a largo plazo y un mayor posicionamiento en el mercado operacional.

León & Valenzuela (2019) en su tesis de investigación *Propuesta de planificación estratégica y CMI para empresa "Sociedad Áridos Bio Bio Limitada" Venezuela*, tuvo como objetivo, elaborar y proponer una herramienta de gestión, de una Planificación Estratégica y un Cuadro de Mando Integral para lo cual se utilizó como modelo de referencia, el Cuadro de Mando Integral propuesto por Kaplan R. y Norton. D. Para su objetivo, fue necesario realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa en mención, el cual logró a través de levantamientos de información, talleres de trabajo y análisis de la organización, tanto interna como externa, que le sirvió para identificar los procesos claves del negocio (cadena de valor), como también las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existen en ellos y la organización en general y tomo como muestra para definir las estrategias para gestionar todo lo relevante levantado en el diagnóstico y que sea de mayor incidencia en los resultados de la organización. Así mismo, definió los componentes del

Plan Estratégico, es decir, una visión, misión, valores, objetivos e indicadores para la empresa. Finalmente, en el mapa estratégico, que relaciona causa-efecto entre perspectivas y objetivos, se resumieron esquemáticamente las rutas de acción que la administración deberá implantar para lograr cada uno de los objetivos que ella misma definió en el Plan Estratégico como relevantes para su crecimiento y supervivencia en el tiempo, completando de esta forma, la Planificación Estratégica y Cuadro de Mando Integral que se buscaba proponer como herramienta de gestión para medir el desempeño de Sociedad Áridos Bio Bio Limitada. León & Valenzuela (2019).

García (2019) en su investigación *Modelo de gestión y planificación estratégica para la microempresa Autotech SG, centrada en la mejora continua del negocio- Ecuador*, el autor de la investigación en pocas líneas nos enfocara la realidad socio-económica en Ecuador de las Pymes, pequeñas empresas familiares, que generan empleo y dinamizan la productividad del País, pero que sin embargo no alcanzan a desarrollarse en su totalidad por diferentes problemas que deben solucionarse a corto plazo y en el que debe involucrarse políticas de Estado. Su propósito de este trabajo es identificar la verdadera situación actual de la empresa, para alcanzar su mejoramiento y lograr su desarrollo permanente, el mismo que se verá reflejado en el servicio prestado y la satisfacción de sus clientes, posicionando al negocio como uno de los mejores de la región sierra central. La información está basada en la realidad de Autotech S.G., microempresa familiar, como miles de las que existen en el país de Ecuador, y que debe afrontar diariamente las dificultades que tienen en general; sin embargo, Autotech S.G. marca la diferencia porque sus propietarios, personal administrativo y empleados en general, están dispuestos a reorganizar y aceptar las sugerencias de los entendidos, para que todos en mancomún puedan progresar.

Lobos (2017) en su tesis *Planificación Estratégica Aplicada a Empresa de Servicios de Reparación Automotriz Multimarca 2016-2018, Antofagasta*, En el presente trabajo se va a realizar a una empresa que realiza mantenimiento y reparación de vehículos automotores multimarca, los procesos de medición y control sistemático, baja comunicación entre los puntos de venta y las áreas de soporte, exponiendo de forma peligrosa la imagen de marca. Por lo anterior los ejecutivos de la compañía han optado por desarrollar y aplicar un plan estratégico que permita mejorar los procesos que dificultan la gestión, a través de la alineación de objetivos de todas las áreas de la empresa, siendo uno de los objetivos estratégicos: la experiencia de los clientes. Para llevar a cabo la planificación estratégica se analizó la situación actual, tanto del mercado como de la empresa. Con dicho análisis y habiendo replanteado la misión y visión, fueron establecidos los objetivos de los ejecutivos de la compañía, siendo definida la estrategia a seguir, la cual se pretende

desplegar además a todos los niveles de la empresa. Posteriormente tradujo la estrategia en catorce objetivos estratégicos los cuales fueron dispuestos en un cuadro de mando integral, donde para cada uno de estos objetivos se ha sido definido un indicador y la meta para los años en los cuales se desarrollará la planificación estratégica. Del análisis interno de la compañía se destaca la capacidad competitiva, que se traduce en contar con una marca reconocida en el mercado y valorada por los clientes, además la empresa cuenta con personal altamente capacitado y con talleres con buen equipamiento y tecnología. Entre las debilidades, los clientes mencionan la infraestructura actual de los puntos de venta, aludiendo principalmente a cuestionar las salas de espera y disponibilidad de estacionamientos. En lo que se refiere al análisis externo, se destaca el crecimiento del parque automotriz, dicho crecimiento se ha dado a menores tasas que los años anteriores por lo que se concluye que dicho parque se encuentra envejeciendo lo que permite considerar un mayor número de clientes potenciales. Finalmente, luego de ser aprobada la planificación estratégica por los ejecutivos de la empresa y su implementación se exponen iniciativas estratégicas que ya forman parte de los desarrollos concretos de la compañía en los alcances de objetivos estratégicos definidos.

2.2 Bases Teóricas

Según la Ley N° 28015 (2003) tiene por objetivo manifestarnos lo siguiente:

Las Micros y Pequeñas Empresas son de unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. La sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante de tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas que se encuentra en el “Artículo 3°.

Las MYPE presentan características concurrentes como:

Según la nueva Ley 30056 (2013) nos resalta lo siguiente:

- a) Microempresa: de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- b) Pequeña Empresa: de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

c) Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Art.3).

Se debe tener en cuenta que el incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el ministro de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

Además, las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. Es importante destacar que las MYPES se enfocan en su capacidad de generación de utilidades que les permitan mantener y desarrollar su capital con el cual inició y también poder invertir en el crecimiento organizacional. También se caracteriza por contar con una mayor cantidad de activos y con una mayor capacidad de generar empleo remunerado. Entre sus características destacan el hecho de que su Gerente General sea quien se encarga de la administración y que se encuentra vinculado a los procesos de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes y servicios.

FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES

Cieza y Nery (2019) En su informe de tesis “Fortalecimiento de capacidades para mejorar el desempeño laboral del personal administrativo en la Red de Salud de Utcubamba, 2019”, en su estudio menciona que le ha permitido identificar que existe un déficit en diferentes aspectos que se encuentran relacionados con el desempeño laboral partiendo de que no existen indicadores de desempeño para ser evaluados de una manera objetiva. Además los autores mencionados nos da conocer que cuando se realiza un análisis de evaluación entre los colaboradores y la percepción que tiene los directivos de la organización permite tener una perspectiva de mejora para poder contrarrestar el problema con aptitudes eficiente de responsabilidades, el involucramiento con la empresa la comunicación y la eficacia en el cumplimiento de sus funciones asignadas ,los lineamientos de habilidades blandas y lineamientos de habilidades duras son todas la habilidades que pueden ser moldeables y el segundo está relacionada con el conocimiento que hace que los colaboradores sean aptos para cumplir con sus funciones.

ALIANZAS EXTRATEGICAS:

Zambrano & Santiago (2015) en su tesis Diseño de un modelo de gestión para alianzas estratégicas, sostiene que su finalidad de establecer nuevos parámetros en el sector de comercialización de materiales de construcción, para enfrentar el nivel competitivo que existe en

este ámbito se debe fomentar una alternativa diferente a la tradicional búsqueda de beneficios individuales y lograr un cambio en el mercado local. En su investigación aplica una estructura de modelo de gestión, y consecuentemente para obtener resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas, en sus resultados de estudio indica que se percibe un estancamiento en el sector direccionando las estrategias al precio, además el 63% de las empresas poseen una administración establecida, pero sin bases en un conocimiento científico. El modelo de gestión se estableció para dirigir una alianza estratégica, constituyendo una base en la administración técnica. En su esquema estudia los diferentes departamentos de la empresa de una manera minuciosa, mediante las cinco áreas funcionales nos da conocer de qué manera se debe administrarlas, realizar funciones básicas eficientes, requisitos, responsables y un control de cada área. Su modelo de gestión nos da a conocer como aportara para para servir al sector de comercialización de materiales de construcción al ser una propuesta innovadora que crea perspectivas atractivas para los posibles integrantes de la alianza quienes se mostraron receptivos ante la estrategia planteada.

Cuando se menciona alianza es el acuerdo o resurgimiento de la empresa con sus clientes de crear y consolidar redes y alianzas organizacionales que les brinden capacitaciones referentes y específicos para el desarrollo para ser más competitivos en el mercado y ambos puedan lograr objetivos tanto individual como grupal.

TECNOLOGÍA

Según Bribiesca (2016) hoy en día, la sociedad organizacional empresarial está obteniendo conocimiento de una infinidad de herramientas tecnológicas, en consecuencia, el manejo de la información es un factor de mucha importancia para poder tomar una decisión oportuna y acertada. En una organización organizada con proyecciones de crecimiento es indispensable un equipo de cómputo y Software para operar sus operaciones en las diferentes áreas de trabajo ya que utilizando las herramientas de tecnologías Tics se logrará un mejor proceso de la información y a la misma vez se logrará una mejor administración de los recursos que se tienen.

Actualmente toda organización debe de contar con acceso al internet y otras herramientas tecnológicas, de esa manera dar a conocer de los servicios que prestan o se encuentra a disposición, por intermedio de los correos electrónicos, redes sociales, Software, entre otros, que contribuyan brindar y tener una mejor información y comunicación , además contribuye como impulsor de desarrollo, porque posibilita mejorar los procesos de producción mediante sus equipos o sistemas integrados, y al mismo tiempo estimula la incursión de la innovación empresarial.

Importancia de la micro y pequeñas empresas

Según la Ley N° 28015 (2003) Las micro y pequeñas empresas (Mypes) juegan un rol muy importante en el Perú y es justo destacar su labor emprendedora y en favor de la economía nacional. Según la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep), en el Perú, las Mypes aportan, aproximadamente, el 40% del PBI (Producto Bruto Interno) y, por ello, están entre las mayores impulsoras del crecimiento económico del país.

Rol importante es la participación decisiva en materia de generación de empleo, inclusión social, innovación, competitividad y lucha contra la pobreza. En el Perú constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, brindándole espacio de desarrollo a millones de trabajadores peruanos que contribuyen al desarrollo de la economía. Además, conforme las Mypes van creciendo y desarrollándose, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía.

Llenque (2019) nos indica que las Mypes en el Perú y en América Latina no solo generan empleo, sino además contribuyen al crecimiento de la economía. La importancia de las Mypes es vital porque nos permite proponer, crear prototipos antes de lanzar el producto/servicio final, de esta manera no perderá dinero si algo falla, analice el mercado, dedique tiempo a innovar en el modelo de negocio.

Nos recomienda Planificar el año, fundamentar un plan, no importa el nombre, lo que importa es crear un camino para generar metas, objetivos, indicadores, estrategias que estén plasmadas a generar rentabilidad y estabilidad empresarial.

Torriani (2018) manifiesta que “La Pymes tiene ahora muy claro sus objetivos y la forma de conseguirlos. Se plantean estrategias de producción, de comercio, de administración y de inversión tecnológica y se preocupan por encontrar el soporte a una estabilidad financiera a corto y mediano plazo, asimismo destacó el gran valor de la Pyme en la generación de empleo y producción del país; sin embargo, la mayoría de ellas no tienen acceso a las herramientas que emplean las grandes empresas en sus procesos de expansión.

Propuesta de mejora:

Valencia (2019) nos dice en su trabajo de investigación que presenta tiene como objetivo principal el desarrollo de propuestas de mejora en el área de producción de la empresa Inter Shoes SAC para incrementar su rentabilidad. El autor mencionado en su estudio realizó un diagnóstico de la situación actual de la empresa seleccionando las causas raíz que generaban la mayor cantidad de defectos y costos perdidos para la empresa. Luego, calculó el impacto económico que producían

estas causas representado pérdidas por S/56,594.59 anuales. Una vez que obtuvo las alternativas de solución desarrolla propuestas de mejora para las causas seleccionadas, utilizando metodologías y herramientas de Ingeniería Industrial que pudieran mejorar el proceso de producción y garantizar que el calzado se fabrique en las cantidades deseadas y en el tiempo programado. Estas propuestas según su análisis le permitirán tener un ahorro de S/44,981.17 anuales. Finalmente, realizó un análisis económico de las propuestas, dando como resultado un VAN de S/ 1,418.77, una tasa interna de retorno (TIR) de 35.36%, un índice beneficio costo de 1.011 y un período de recuperación de la inversión de 6.4 años, todo lo cual demuestra el impacto positivo de las propuestas en la rentabilidad de la empresa.

Tomando en cuenta su investigación entendemos que cuando las organizaciones proponer elaborar una propuesta de mejora será necesario establecer objetivos que se puedan alcanzar y diseñar una planificación de las tareas propuestas para conseguir cumplirlas con eficiencia. Un plan de mejoras permite, Identificar las causas que estimulan las debilidades detectadas, Identificar las acciones de mejora a implementar. El diseño de la propuesta de mejora representa la principal aspiración dentro de nuestra investigación sin embargo se fundamenta y cobra importancia en las etapas precedentes y particularmente, en la participación de todos los miembros de la organización y/o empresa.

La Mejora Continua en una organización mantiene diversas ventajas, como por ejemplo de ser más productivos y competitivos en el mercado industrial y comercial , debido que como ya está aplicando lo planificado mediante una mejora continua consigue una mayor adaptación a las necesidades del cliente y del cumplimiento de sus metas objetivos organizacional ,también sus errores y costes se reducen , aumentando la eficiencia en todas las áreas de la organización , mejorando las ventas de todos los productos y servicios otorgados al cliente, reduciendo de este modo las quejas y reclamaciones. Hoy en día las empresas fueron golpeadas por la pandemia del Covid 19, la cual no estuvieron preparados para poder afrontar las crisis de la pandemia, algunas tuvieron que reinventar sus negocios para poder sobresalir y subsistir ello indica que tuvieron que aplicar estrategias de mejora de lo negativo aun emprendimiento positivo.

Planeamiento Estratégico:

Según Weston (2020) la planeación estratégica se define como: Un proceso reflexivo y sistemático para determinar una dirección y un curso de acciones para lograr un futuro deseable. La planificación estratégica delinea un estado futuro deseado y una dirección clara y prioridades en forma de un conjunto escrito de metas, objetivos, acciones y resultados para lograr ese futuro.

Finalmente, el plan estratégico debe enfocar la atención de las personas y guiar la asignación de recursos en la organización.

En las organizaciones es fundamental que los líderes cumplan con las competencias necesarias para desarrollar técnicas que lleven al nivel deseado, por tanto, la inteligencia estratégica evoca características militares porque contiene conocimiento específico, codificado, secreto y confidencial que requiere de un análisis crítico que sea constante, basado en seguimiento y control de las estrategias aplicadas (Serrato, 2018).

No importa el tamaño de las organizaciones, ya que una planificación estratégica por más simple que se desarrolle constituye un instrumento muy valioso, pues todos sus parámetros están direccionados a cumplir con la misión de esta. La planificación estratégica asegura una estrategia sólida para cualquier tipo de organización (Rizzo & Castro, 2017).

Ventas:

Según Beteta (2018) En su informe tuvo como objetivo generar una planificación estratégica de ventas, en la empresa Inversiones Oro Sur S. R. L. Para lo cual, previamente llevó a cabo un diagnóstico situacional para conocer la realidad de la institución respecto a sus estrategias de ventas. Aplicando el diagnóstico FODA, que tomo de partida tres conceptos teóricos: Objetivos fijados en ventas, el pronóstico de ventas y las estrategias de marketing, en su análisis encontró grandes deficiencias en la empresa respecto a los tres puntos mencionados anteriormente, y problemas externos a la organización, los cuales deben ser afrontados por la misma. En vista de los resultados obtenidos, se desarrolló una propuesta de plan estratégico de ventas respondiendo a los tres puntos evaluados en el análisis FODA. Concluyendo que los objetivos de las ventas están dados para incrementar los ingresos, desarrollo y crecimiento de la empresa, manifiesta también que las ventas diferenciadas generarán a la organización mayor ventaja competitiva y el pronóstico de ventas por las características productivas de la empresa es el más adecuado el método subjetivo de mínimos cuadrados por ser más flexible para pronosticar las ventas del negocio.

Conceptualmente ventas son las actividades realizadas para incentivar a potenciales clientes a realizar una determinada compra y/o adquirir un servicio, si hablamos de ventas tenemos conceptos muy amplios, pero básicamente consiste en el acto de negociación en el cual una parte es el vendedor y la otra el comprador.

Cabe precisar qué venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen productos, servicios, su éxito está relacionado directamente de la cantidad de veces que realicen esta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.

Proceso de Ventas:

Montoya, Motta, Zúñiga (2015) nos dicen que las empresas buscan establecer estrategias para mejorar la productividad y producción en sus servicios de ventas , potencializando la captación, prospección y fidelización de clientes, así como, profesionalizando el desempeño diario de los asesores de ventas y sus supervisores, para contribuir al crecimiento económico mucho más agresivo y competitivo, hecho que obliga a las empresas a aplicar estrategias de marketing direccionadas a mejorar la calidad de sus operaciones industriales.

Según Alva, Poma (2018) su investigación tiene como objetivo determinar la relación entre las estrategias B2B y el proceso de venta. Se ha realizado un meticuloso análisis mediante el cual podrán determinar las dimensiones y su relación con los indicadores para conocer el grado de relación a través del recojo de información vía encuestas que serán aplicadas telefónicamente y analizadas estadísticamente para sostener la hipótesis y de esa manera, dar a conocer que el proceso de venta tiene una relación estrecha con las estrategias que se aplican en un entorno B2B.

2.3 Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas:

Consideradas como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios.

La generación de empleo en las Mypes en el Perú acoge a muchos trabajadores con mano de obra no calificada el cual el objetivo es que estos colaboradores tengan condiciones y salarios capaces de satisfacer sus necesidades personales y familiares para su desarrollo como persona.

Propuesta de mejora:

Toda empresa u organización se propone como objetivo promover el compromiso entre los colaboradores y elevar la productividad de la organización con el propósito de un enfoque en los resultados. En concreto, las medidas del plan organizacional deberían tener como objetivo la mejora del rendimiento de los colaboradores y la disminución del fracaso laboral, y de esa manera buscar la mejora en excelencia.

El óptimo desarrollo de las competencias organizacionales debe ser el eje de cualquier mejora en la vida laboral, comercial, las medidas deben ser sistemáticas, no improvisadas ni aleatorias. Deben planificarse cuidadosamente, para llevarse a la práctica y constatar sus efectos con resultados positivos. Un plan de mejora de enseñanza nos redonda en una mejora constatada para

que ser eficiente en las operaciones administrativas operaciones, recurso humano, logística, etc. para ello requiere un plan de mejora con ciertas condiciones previas:

- El convencimiento a nivel organización y colaboradores de que es posible el cambio.
- El control de las actitudes negativas
- La ausencia de planteamientos justificativos no improvisar.
- El liderazgo del equipo directivo debe eficiente ante sus colaboradores
- La conexión e implicación del líder y colaboradores.

Planificación:

Es el proceso y efecto de organizar con método y estructura los objetivos trazados en un tiempo y espacio.

La planificación es una elaboración consciente y responsable de cualquier tipo de proyecto. En el ámbito de la investigación, construcción, administración y gestión, la planificación de un proyecto es un requisito fundamental para concretar dicho proyecto con éxito.

En administración, la planificación o también llamada planeación, es una herramienta estratégica para definir los objetivos específicos y generales, el cronograma, los resultados esperados, la puesta en marcha de lo planeado hasta alcanzar el objetivo general.

Planificación o planeación Estratégica:

Considerada como una herramienta usada por los altos directivos de las empresas para cumplir las metas propuestas en los planes de negocios. La planeación estrategia en el ámbito de la administración establecen y aportan propósitos de guiar a las empresas para cumplir sus objetivos y metas propuestas durante el año comercial.

Según mi investigación cuando nos referimos de planeación estratégica tenemos que considerar en buen uso de los recursos de forma eficiente para aumentar la productividad organizacional con el propósito de incrementar las ganancias y crecimiento de la organización, para fortalecer la planeación estratégica debemos cumplir muy eficientemente definiendo visión , misión organizacional , analizar oportunidades y riesgos, identificar y evaluar alternativas de solución con un plan de contingencia de solución que serán necesarios para la afrontar las dificultades durante antes y después de un proyecto establecida por la organización.

Las fases para tomar en cuenta para una planificación estratégica eficiente son los siguientes:

- Identificar los objetivo general o identificación del problema.
- Desarrollar estrategias, objetivos específicos y soluciones de ideas alternativas de solución o mejora continua.
- Elaborar una programación y cronogramas de actividades.
- La Identificación de las áreas responsables para sustentar objetivo y plan de acción.

Ventas de Servicios:

La venta de los productos servicios industriales presenta características que necesitan un estudio específico por su particularidad. La decisión de adquirir los servicios industriales es muy diferente a la que toma un comprador de productos de consumo, ya que, el de productos industriales deberá subordinar su decisión a imperativos de carácter técnico impuestos por el uso concreto del producto.

Es evidente que en las ventas de los productos industriales la inalterabilidad del concepto de calidad y la puntualidad en las entregas son condiciones que deberán ser minuciosamente observadas para no originar problemas en el ritmo de producción o utilización del producto por el cliente.

La Importancia de una propuesta de mejora de la planificación estratégica para incrementar las ventas de servicios de mantenimiento mecánico en el sector minería

Las empresas contratistas del rubro minero que prestan sus servicios de mantenimiento mecánico, eléctrico, servicio de alimentación, transporte, etc. en la provincia de Huarney Ancash, están capacitando y concientizando a su personal de la importancia con respecto a la planificación y optar estrategias para prestar su servicio con el único propósito de satisfacer a su cliente y así permanecer en el mercado industrial con el objetivo de formar parte como socio estratégico de la Minera.

En la coyuntura que estamos pasando hoy en día la con la pandemia Covid 19 y que muchas empresas han paralizados sus operaciones por causa que no estaban preparados para afrontar esta crisis sanitaria y laboral es por ello que SICHIGO SAC , está optando por una filosofía de ser un socio estratégico de las empresas privadas y de posicionarse en el mercado de la industria minera, petróleo y otros desarrollando un trabajo basado en los valores de seguridad, respeto por el medio ambiente y pasión por el trabajo practicando la mejora continua en busca de la excelencia para satisfacer las necesidades de sus clientes con calidad para incrementar sus ventas con el objetivo de captar más clientes y aportar con la empleabilidad de su población y crecimiento organizacional a la par sus colaboradores.

De esta manera la planificación estratégica en minería permite encontrar las oportunidades de desarrollo de la operación en términos de largo plazo, donde el uso de nuevas tecnologías puede desempeñar un papel clave.

III. HIPOTESIS

La finalidad de la investigación titulada Propuesta de mejora de la planificación estratégica para incrementar las ventas de servicios en la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico, en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021. Como autor me reservo y limito a plantear una hipótesis, ya que en la investigación se realizará de forma descriptiva y como tal se dependerá de los resultados obtenidos de la investigación.

IV. METODOLOGÍA.

4.1 Diseño de la Investigación

En esta metodología de investigación según el análisis realizado fue:

- No experimental, porque las variables del estudio de investigación no sufrieron ninguna modificación la cual se podrá observar y evaluar el comportamiento en su ambiente real.
- Como también se consideró transversal, ya que se observaron y describieron a sus variables un estudio mediante un periodo de tiempo real y determinado.
- Y como consiguiente se efectuó de manera descriptiva ya que se observaron y describieron todas las variables obtenidas en su estudio de investigación.

4.2 Población y muestra

a) Población:

La población estuvo conformada por 05 empresas MYPES dedicadas al mantenimiento mecánico en el sector de servicios minero en la ciudad de Huarmey, año 2021.

b) Muestra:

La muestra que se aplicó fue a 05 empresas MYPES dedicadas al rubro minero, dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Cabe mencionar que se utilizó el 100% Población.

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional		Escala de Mediciones
		Dimensiones	Indicadores	
Planificación Estratégica para incrementar las Ventas.	<p>• Planificación Estratégica:</p> <p>Herramienta utilizada por las empresas como un proceso sistemático que permite el desarrollo y la implementación de planes, con el propósito de alcanzar los objetivos que se han propuesto. No obstante, es una herramienta muy importante para la toma de decisiones de las empresas, especialmente sobre la forma como se está actuando y el camino que se debe seguir en el futuro para lograr alcanzar los objetivos formulados y establecidos. Planificación estratégica es poder formular, implantar y evaluar un conjunto de decisiones, que se deben desarrollar de una forma interfuncional dentro de la empresa, para que los objetivos propuestos sean alcanzados en efecto, se debe partir del diagnóstico de la situación presente y establecer los parámetros de acción para llegar al futuro esperado, ya sea en el mediano o largo plazo. Quiroa (2020)</p>	Planeamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos y metas • Estrategias • Eficiencia y Efectividad 	Nominal
		Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Asignación de Funciones • Coordinación • Principio de Autoridad 	
		Dirección	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación • Motivación a los colaboradores • Liderazgo 	
		Control	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisión • Evaluación • Seguimiento de procesos 	
		Implementación	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación a los colaboradores. • Costo del proyecto • Mantenimiento y Actualización. 	Nominal
		Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Control de ventas • Rentabilidad • Toma de decisiones 	
		Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Proveedores • Competencias • Flujo de información 	

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para dicha investigación se utilizará una encuesta, la cual se nos permitirá obtener información del contacto con las unidades de observación por medio de los cuestionarios previamente establecidos.

El cuestionario que utilizaremos para dicha investigación será estructura mediante 19 preguntas que serán objetivamente para obtener respuestas cortas y precisas y serán dirigidas de acuerdo a la información que queremos obtener , 04 preguntas al representante legal de la empresa Mype , 11 preguntas sobre planificación estrategias de mejora que implementan para obtener sus ventas de servicios ,04 preguntas de sus posibles competencias dentro del mercado industrial minero y por ultimo 03 preguntas que herramientas están utilizando para medir su nivel de competencia organizacional.

4.5 Plan de análisis

Los resultados que se obtengan después de aplicar el cuestionario de preguntas se procesaran en una hoja de cálculo Microsoft Excel y Word, para tabular el análisis descriptivo a través de tablas de distribución de frecuencias absolutas y porcentuales que en esta observaremos gráficos de indicadores.

En dicho proyecto de investigación en la presentación final se utilizará en archivo PDF, como también para la presentación de exposición se aplicará diapositivas mediante el programa Microsoft Power Point.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Instrumentos y Procesamiento
<p>¿Cuáles son las características de la planificación estratégica y como se podría mejorar para incrementar las ventas de servicios en la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarney, año 2021?</p>	<p>Objetivo General Determinar las características de la planificación estratégica y como se podría mejorar a incrementar las ventas de servicios en la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarney, año 2021.</p> <p>Objetivos específicos -Definir las principales características del representante de la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería en la ciudad de Huarney, año 2021. -Nombrar las principales características de la empresa SICHIGO SAC en la ciudad de Huarney, año 2021. -Describir las principales características de la planificación estratégica para incrementar las</p>	<p>Planificación Estratégica: Considerada como una herramienta para cumplir las metas propuestas en los planes de negocios, establecen y aportan propósitos de guiar a las empresas para cumplir sus objetivos y metas propuestas durante el año comercial.</p>	<p>Población: Dicha población estuvo conformada por 05 empresas MYPES dedicadas al mantenimiento mecánico en el sector de servicios minero en la ciudad de Huarney, año 2021.</p>	<p>Diseño de la Investigación La metodología de investigación según el análisis realizado fue: No experimental y transversal, y descriptiva de propuesta de mejora.</p>	<p>Técnica: Se realizo por intermedio de encuesta, la cual permitió obtener información por medio de los cuestionarios previamente establecidos. con respuesta cortas y precisas que fueron dirigidas de acuerdo con la información que queremos obtener.</p>

	<p>ventas de servicios en la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.</p> <p>-Elaborar una propuesta de mejora de la planificación estratégica de la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.</p>	<p>Atención al cliente:</p> <p>se refiere a todas las acciones implementadas antes, durante y después de la compra. También conocido como servicio de atención al cliente, se realiza para cumplir con la satisfacción de un producto o servicio.</p>	<p>Muestra:</p> <p>La muestra que se aplico fue a 05 empresas MYPES dedicadas al rubro minero, dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.</p> <p>Cabe mencionar que se utilizó el 100% Población.</p>		
--	---	--	---	--	--

4.7 Principios Éticos

Los principios éticos que se plantearán estarán establecidos en el Código de Ética de la ULADECH (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote)

Protección de las Personas: Este principio permitirá respetar la información verdadera e íntegra dignidad del autor como parte esencial hacia el respeto de sus derechos.

Justicia: Salvaguardaremos el juicio razonable, por ende, cada decisión que se tome sea justa en el transcurso de la investigación.

Beneficencia y no maleficencia: Se preservará el respeto e integridad y se velará por el bienestar de los autores, generando mayores beneficios en relación con la información.

Consentimiento informado y expreso: Este principio se empleará al aplicar el cuestionario a los representantes legales y colaboradores, estando estos de acuerdo, y dando su consentimiento verbalmente.

Integridad Científica: Se hará uso de este principio al utilizarlo en los representantes de las empresas encuestadas, aplicando los principios deontológicos de la profesión de administración y promoviendo el beneficio del conocimiento y evitando todo tipo de exposición y riesgo.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Datos Generales	N	%
Edad		
18 – 30 Años	02	40.00
31 – 50 Años	02	40.00
51 a más Años	01	20.00
Total	05	100.00
Genero		
Masculino	04	80.00
Femenino	01	20.00
Total	05	100.00
Grado de Instrucción		
Sin Instrucción	00	00.00
Primaria	00	00.00
Secundaria	01	20.00
Superior no	01	20.00
Universitaria	03	60.00
Superior Universitaria	05	100.00
Total		
Cargo que desempeña		
Dueño	04	80.00
Administrador	01	20.00
Total	05	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Tabla 2

Características de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Datos Generales	N	%
Tiempo de la permanencia de la empresa en el rubro.		
0 a 03 Años	01	20.00
04 a 06 Años	01	20.00
07 a más Años	03	60.00
Total	05	100.00
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	00	00.00
6 a 10 trabajadores	01	20.00
11 a más trabajadores	04	80.00
Total	05	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son:		
Familiares	01	20.00
Personas no Familiares	04	80.00
Total	05	100.00
Objetivo de su creación		
Generar Ganancia	05	100.00
Subsistencia	00	00.00
Total	05	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Tabla 3

Características de la planificación estratégica de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Datos Generales	N	%
La organización cuenta con indicadores de gestión para medir su eficiencia de su planificación estratégica.		
Si	01	20.00
No	04	80.00
Tal vez	00	00.00
Total	05	100.00
La organización conoce los modelos modernos de la planificación estratégica		
Matriz FODA	00	00.00
Análisis CAME	00	00.00
Diamante de Porter	00	00.00
Diagramas de flujo	00	00.00
Manuales de políticas y objetivos	03	60.00
Gráficas de Gantt	01	20.00
Otros	00	00.00
Ninguno	01	20.00
Total	05	100.00
La planificación estratégica contribuye en la mejora del rendimiento de la organización o negocio		
Si	04	80.00
No	00	00.00
Tal vez	01	20.00
Total	05	100.00

continua.....

Tabla 3

Características de la planificación estratégica de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021

Datos Generales	N	%
Misión y Visión, está relacionada a la planificación estratégica		
Si	03	60.00
No	00	00.00
Tal vez	02	40.00
Total	05	100.00
Las habilidades, capacidades, talentos, mejora planificación estratégica.		
Compromiso	00	00.00
Puntualidad	00	00.00
Trabajo en equipo	02	40.00
Mejora continua	02	40.00
Todas las anteriores	01	20.00
Total	05	100.00
Funciones en relación con la planificación estratégica.		
Deficiente	00	00.00
Regular	01	20.00
Bueno	01	20.00
Muy Bueno	02	40.00
Excelente	01	20.00
Total	05	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021

Tabla 3

Características de la planificación estratégica de las micros y pequeñas empresas para incrementar las ventas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Datos Generales	N	%
Planificación estratégica como competidores potenciales en el mercado laboral organizacional		
Si	01	20.00
No	03	60.00
Tal vez	01	20.00
Total	05	100.00
Atracción a los clientes de sus competidores y lograr generar actividades más rentables.		
Corto plazo	02	40.00
Mediano plazo	01	20.00
Largo plazo	02	40.00
No sabe	00	00.00
Total	05	100.00
Los métodos de mercadeo		
Vender soluciones a los problemas	01	20.00
Marketing de recomendación	01	20.00
Ofrecer servicios adicionales	00	00.00
Definir un mensaje claro y persuasivo	01	20.00
Todas las anteriores	02	40.00
Total	05	100.00

Continua.....

Tabla 3

Características de la planificación estratégica de las micros y pequeñas empresas para incrementar las ventas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Datos Generales	N	%
Planificación estratégica en el mercado con sus competidores internos y externos		
Si	01	20.00
No	03	60.00
Tengo cierto conocimiento	01	20.00
Total	05	100.00
Operaciones administrativas para obtener una planificación estratégica eficiente y obtener una mejor rentabilidad de servicios directamente en su negocio.		
Ineficiencias operativas y de productividad	01	20.00
Resistencia al cambio	02	40.00
Reingeniería	00	00.00
Herramientas de análisis y mejora continua	01	20.00
Todas las anteriores	01	20.00
Total	05	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021

Tabla 4

Plan de mejora de la planificación estratégica para incrementar las ventas de servicios en la empresa SICHIGO SAC dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarney, año 2021.

PROBLEMA	CAUSA	SOLUCION	RESPONSABLE
<p>Concepto de planificación estratégica.</p> <p>El 60.00 % tiene poco conocimiento respecto al tema de mejora de planificación estratégica.</p>	<p>Hay que mencionar que cuentan con estudios superiores universitarios, pero no la adecuada que es la administración de empresas.</p>	<p>Capacitar al personal administrativo con cursos realmente a la dificultad que presentan, de lo contrario contratar un profesional con experiencia con lo que respecta a la administración de Empresas.</p>	<p>Gerente general-Dueño. Administrador.</p>
<p>Dificultad de mejora en sus operaciones administrativas para obtener una planificación estratégica eficiente.</p>	<p>Personal que opta resistencia al cambio. No tiene motivación de innovación, superación personal y empresarial. No se identifica con la empresa.</p>	<p>Realizar charlas de inducción de motivacional, trabajo en equipo. Incentivar al personal dándoles prioridad a sus ideas de trabajo para mejorarlo en equipo.</p>	<p>Gerente general-Dueño. Administrador.</p>
<p>Planificación estratégica para reconocer quiénes son sus competidores potenciales.</p> <p>El 60.00% no cuentan con herramientas para identificarlos.</p>	<p>Personal no tiene la capacitación adecuada para poder realizar estudios de mercado y operacional. Se encuentran en un estado de confort.</p>	<p>Personal administrativo o representante debe realizar un cronograma de actividades para medir su eficiencia y el comportamiento económico de su empresa.</p>	<p>Gerente general-Dueño. Administrador</p>

--	--	--	--

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Edad

El 40.00% de los representantes Mypes encuestados manifestaron que se encuentran entre 18 a 30 años, como también hay una representación de 40.00 % entre la edad de 31 a 50 años y por último encontramos un 20.00 % que su edad es 51 año a más. Estos resultados demuestran que las Micro y pequeñas empresas en su gran mayoría están siendo administradas por personas adultas con gran experiencia en el negocio debido a que se mantienen durante el tiempo.

Genero

En estos resultados de la encuesta obtuvimos que un 80.00 % de los representantes de las Mypes dedicadas a los servicios de mantenimiento mecánico en minería encuestadas, pertenece al género masculino, y un 20.00 % representado por el género femenino. La cual nos da un indicador que se observa que el porcentaje mayor son administrados por el género masculino debido a que por el sector o rubro industrial las empresas optan por contar con sus servicios de dicho género.

Grado de Instrucción.

El 60.00 % de los representantes de la Mypes, respondieron que tienen como grado de instrucción superior universitaria, el 20.00% tienen grado de instrucción no universitaria, concluyendo con un 20.00% de solo con estudios secundarios. Como análisis de los resultados obtenidos se puede manifestar existe la necesidad de contar con líderes que puedan orientar y promover la mejora continua y para ello se debe contar con profesionales que lideren un grupo humano de colaboradores.

Cargo que desempeña.

El 80.00% de los representantes de la Mypes respondieron en la encuesta que son los dueños que lideran o representan sus empresas como administradores y un 20.00 % están liderados por personal administradores que son personas emprendedoras que inician su propio negocio a pesar de las dificultades que implica emprender un negocio , pero hay la necesidad de obtener en el mercado profesional un porcentaje representativos de líderes que puedan encaminar un negocio con herramientas de misión , visión y mejora continua para contribuir con el logro de objetivos organizacional.

Tabla 2

Características de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarmey, año 2021.

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

El 60.00% de las Mypes encuestadas añadieron que permanecen en el rubro de 7 a más años, y un 20.00 % manifiestan que se encuentran en el mercado o rubro de 4 a 6 años, además mencionar que se encontró un 20.00 % de empresas que se están posicionando en el negocio y experimentando la responsabilidad de negocio de servicios de mantenimiento en el sector minero. Estos resultados demostraron que las Mypes son estable y lograron mantenerse en el sector comercial y organizacional, adquiriendo los representantes de estas Mypes experiencias básicas en la administración de un negocio debido al tiempo que tienen estas en el rubro.

Número de Trabajadores

El 80.00 % de las empresas Mypes encuestadas, respondieron que tiene de 11 a más trabajadores en su administración dependiendo el tipo de servicios que obtengan en cada contrato con el cliente, y también se evidencio por las encuestas que un 20.00 % tienen de 6 a 10 trabajadores en su representadas. Dichos resultados nos reflejan que la mayoría de las empresas Mypes, son negocios a media escala que pueden realizar sus operaciones con cantidad de personas dependiendo el tiempo y cantidad de servicios que obtengan, pero lo mayor parte de sus operaciones de servicios lo realizan con trabajadores ya establecidos por la necesidad del servicio y ven por conveniente no contratar más trabajadores.

Las personas que trabajan en las empresas son:

El 80.00 % de las Mypes que realizan los servicios de mantenimiento mecánico en minería en la ciudad de Huarmey, según las encuestas manifiestan que optan por contratar personal que no pertenezcan a su entorno familiar ya que eso puede influir en el rendimiento laboral y un problema de clima laboral hostil, y un 20.00% quienes manifiestan que en su empresa laboran sus familiares, pero en cargos de confianza que son la parte administrativa. Estos resultados que las Micro y Pequeñas empresas reflejan en las encuestas son empresas que optan por contratar personal externo para que sus operaciones no se involucren en un problema de clima laboral, si bien es cierto que tienen colaboradores no familiares, pero desconocen dimensiones de estrategias que pueden aportar al rendimiento laboral.

Objetivo de la Creación

En este indicador el 100.00 % de las Mypes encuestadas, indicaron que su principal objetivo de su creación fue la finalidad de generar rentabilidad y ganancias. Este resultado demuestra que en su totalidad las Mypes según la población encuestada al 100.00% fueron creadas para obtener ganancias y satisfacer sus propias necesidades.

Tabla 3

Características de la planificación estratégica de las micros y pequeñas empresas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarney, año 2021.

Cuenta con indicadores de gestión para medir su eficiencia de su planificación estratégica.

El 80.00 % de los encuestados refieren que, desconocen los indicadores de gestión para poder medir su eficiencia para su planificación estratégica y un 20.00% mencionaron que si conocen dicho indicador de gestión. Este resultado indica que la mayor parte de encuestados según la población desconocen gestión de planificación estratégica, esto conlleva que tengan problemas administrativos y operacionales, que impiden a su crecimiento dentro del rubro de servicios y estén limitados a realizar trabajos de gran responsabilidad con su cliente del sector minero y puedan competir a nivel organizacional con empresas fuera de su entorno geográfico, y logren un crecimiento empresarial en un determinado periodo haciendo la mejora continua aplicando la gestión de planificación estratégica.

Modelos modernos de la planificación estratégica.

El 60.00% de los encuestados indicaron que conocen modelos de manuales de políticas y objetivos dentro de una planificación estratégica, además se obtuvo un 20.00% de los encuestados que manifestaron que conocen el Diagrama de Gantt que los ayudan a visualizar los componentes básicos de un proyecto o servicio y organizarlo en tareas pequeñas y gestionables, y un resultado que más nos preocupa es un 20.00% no conoce ningún modelo de planificación estratégica. Este resultado demuestra que debido al tiempo de llevan dentro el rubro comercial todavía existe representantes con estudios profesionales que no practican la mejora continúa actualizándose o capacitando a sus trabajadores administrativos para que puedan realizar una gestión con eficiencia. Los representantes de las Micro y Pequeñas empresas en su mayoría tienen pocos conocimientos respecto a planificación estratégica.

La planificación estratégica contribuye en la mejora del rendimiento de la organización o negocio

El 80.00% de los encuestados manifiesta que la planificación estratégica contribuye en el rendimiento del negocio y un 20.00 % de encuestados indican que tal vez los pueda ayudar en su rendimiento administrativo y operacional de su negocio. Este resultado demuestra que los representantes si consideran que la planificación contribuye en mejorar su rentabilidad de la Mypes, así mismo los representantes de las empresas necesitan una capacitación constante para obtener conocimiento acerca de una planificación estratégica eficiente y puedan ejecutar herramientas de gestión en sus empresas.

Su misión y visión, se encuentra relacionada a la planificación estratégica.

El 60.00% de los encuestados manifiesta que su misión y visión actualmente está relacionada a su planificación estratégica, y un 40.00 % de encuestados indican que tal vez se encuentre relacionado es decir desconocen y por ello su mal rendimiento administrativo y operacional de su negocio. Este resultado demuestra que los representantes de las Mypes deben involucrarse a mayor escala de una capacitación constante para obtener conocimiento acerca de una planificación estratégica que identifique su misión y visión empresarial.

Habilidades, capacidades, talentos, la organización debe reforzar con sus colaboradores para mejorar planificación estratégica.

El 40.00% de los encuestados señala que el trabajo en equipo debe reforzarse para mejora su planificación estratégica, además un 40.00 % de encuestados indican que debe tener mayor capacitación en lo que respecta a la mejora continua y un 20.00% de encuestados señalan que debe considerar todas las respuestas anteriores a reforzar para obtener una planificación estratégica operacionalmente y administrativa eficiente. Este resultado demuestra que los representantes de las Mypes deben aplicar capacitaciones bien definidas y conocerlas con lo que significa una planificación estratégica empresarial.

Evaluación de colaboradores en sus funciones en relación con la planificación estratégica.

El 40.00 % de los encuestados afirman que sus trabajadores tienen una evaluación muy buena en sus funciones aplicando planificación estratégica operacional y administrativamente, el 60.00 % de los representantes de la Mypes encuestados manifiestan que sus trabajadores tienen una evaluación de Regular (20.00%) , Bueno(20.00%) , Muy Bueno (20.00%) que conforman el 60.00% del resultado de la encuesta de esta pregunta .Este resultado da un indicador que los representantes Mypes no están liderando eficientemente a sus trabajadores es por ello el resultado y deben analizar y estructurar su planificación estratégica con herramientas de gestión muy accesible que aporten al crecimiento de sus trabajadores y por ende de la empresa.

Tabla 3

Características de la planificación estratégica de las micros y pequeñas empresas para incrementar las ventas dedicada a los servicios de mantenimiento mecánico en la minería de la ciudad de Huarney, año 2021.

La organización implementó planificación estratégica para reconocer quiénes son sus competidores potenciales en el mercado laboral organizacional.

El 60.00% de representantes de la Mypes encuestados manifiestan que no se implementó específicamente una planificación estratégica para reconocer sus competidores potenciales o directamente con sus servicios que ofrecen, el 20.00 % de encuestados nos indican que si aplican una planificación estratégica para identificar sus competidores directos y finalmente un 20.00% afirman que tal vez aplican una aplican una planificación estratégica, pero desconocen de dicha herramienta mencionada. Este resultado nos da a conocer que la implementación y practica de planificación estratégica debe estar en primera línea para los representantes de las Mypes para aplicar la mejora continua en sus operaciones comercial y administrativamente de la empresa para no quedar en desventajas de sus competidores directos en su rubro.

Métodos de mercadeo para generar y atraer a más clientes en el rubro servicios de mantenimiento minero.

El 40.00 % de los representantes de la micros y pequeñas empresas encuestados manifiestan que se deben aplicar todos los métodos de mercadeo de la pregunta planteada (Vender soluciones a los problemas del cliente, Marketing de recomendación, ofrecer servicios adicionales y definir un mensaje claro y persuasivo), el 20.00% de encuestados manifiesta que el método de mercadeo vender soluciones a los problemas del cliente debe aplicarse para atraer a sus clientes , un 20.00 % de encuestados afirman que el marketing de recomendación influye para incrementas su lista de clientes y finalmente el 20.00 % de los representantes encuestados de las Mypes nos indican que definir un mensaje claro y persuasivo en sus ofrecimientos de sus servicios o productos permitirán que sus posibles clientes acepten ser parte de su lista de clientes. Este resultado Este resultado demuestra que los representantes si consideran que los métodos de mercadeo ayudan a mejorar a la captación de clientes, asimismo las Micro y pequeñas empresas necesitan capacitarse constantemente para que tengan conocimiento de planificación estratégica en herramientas de métodos de mercadeo y puedan emplearlo estas herramientas en sus empresas.

Conoce el concepto de planificación estratégica en el mercado con sus competidores internos y externos.

El 60.00% de los representantes encuestados de la Mypes indican que desconocen el concepto de planificación estratégica para reconocer a sus competidores internos y externos, el 20.00% de los encuestados manifiestan que conocen y aplican planificación estratégica en sus empresas, y finalmente el 20.00% tienen cierto conocimiento al respecto de planificación estratégica. Este resultado muestra que las Mypes en su mayoría aun no emplean planificación estratégica para saber quiénes son sus competidores internos y externos, debido a que no se adaptan a los cambios operacionales y administrativos, manifiestan que no cuentan con recursos financieros y presentan en temor de invertir y fracasar.

Que podría cambiar o mejorar en sus operaciones administrativas para obtener una planificación estratégica eficiente.

El 40.00% de los representantes encuestados de la Mypes indican la resistencia al cambio de sus colaboradores hacen que administrativamente no se aplique eficientemente una planificación estratégica, el 20.00% de los encuestados manifiestan que Herramientas de análisis y mejora continua se debe mejorar en sus empresas con las que cuentan ya se encuentran muy rutinarias al personal haciendo un estado de confort muy estancado, un 20.00% de encuestados afirman que existe Ineficiencias operativas y de productividad y finalmente el 20.00% de representantes de la Mypes afirman que todas las respuestas de las pregunta planteada debe cambiar o mejorar (Ineficiencias operativas y de productividad, Resistencia al cambio, Reingeniería y Herramientas de análisis y mejora continua).Este resultado muestra que los representantes de las Mypes en su mayoría desconocen a la planificación estratégica como una herramienta de gestión que les permitirá establecer procesos mediante el cual les ayudara a tomar decisiones , delimitar tiempos y asignar recursos para el logro de objetivos de la empresa.

PLAN DE MEJORA

1. Datos Generales

Nombre o Razón Social: SICHIGO SAC

Representante: Jhon Chilet Capistrano

Dirección: Mz. I Lote N° 4 A.H. 9 de octubre Huarmey Ancash

2. Misión

Somos una empresa orientada a la ejecución de servicios industriales y saneamiento ambiental con el objetivo de cumplir satisfactoriamente las metas trazadas de nuestros clientes sin afectar su producción, siempre teniendo en cuenta los estándares de seguridad, salud ocupacional, medio ambiente y respetando las normas legales, éticas y acuerdos con las partes interesadas

3. Visión

Ser reconocidos por nuestros clientes por la calidad de trabajo y la dedicación entregada de nuestro staff de profesionales logrando así el crecimiento y desarrollo integral de la organización y de toda su gente.

4. Objetivos

- Mejorar las fortalezas y los recursos de la empresa en actividades importantes y de alta prioridad en lugar de las actividades rutinarias y cotidianas.
- Incrementar la flexibilidad de la empresa para adaptarse al cambio y la capacidad para alcanzar sus objetivos.
- Mejorar 10% de productividad anual en la satisfacción del cliente mediante indicadores mensuales.
- Mantener la fidelización de los clientes un 95%.
- Mejorar un 15% anual en las capacitaciones para aplicar eficientemente la planificación estratégica.
- Incrementar las ventas un 10% anual.
- Mejorar plan de mejora continua en planificación estratégica personal administrativo y operacional.

5. Productos y Servicios

Implementar nuevas líneas de servicios de productos que permitan un segmento de mercado que consiste en proporcionar un mejor comportamiento o que se perciben como un valor agregado. Basados a los resultados se incorporada la visita guiada por nuestro personal para con el cliente para que nos proporcione sus problemas para poder analizar y dar las recomendaciones mediante un informe técnico y comercial.

Como plan de mejora planificación estratégica de nuestro servicio se plantea incorporar el área de calidad, oficina técnica y auditoria operacionales para obtener resultados de las actividades que se concentran en el proceso de reparación de los equipos de producción que afecta directamente los costos y tiempos del cliente.

6. Organigrama Organizacional



8. Diagnostico General

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<p>O1. Tendencia de crecimiento favorable de los indicadores económicos del país que se proyectan a una mejora de la economía en los diferentes sectores industriales.</p> <p>O2. Crecimiento poblacional.</p>	<p>A1. Presencia en el mercado comercial gran número de empresas del rubro mecánico.</p> <p>A2. Estrategias agresivas de competencia actuales en el sector.</p> <p>A3. Incremento en el costo de servicios por la mano de obra calificada del personal.</p> <p>A4. Cancelación de contrato del cliente por un servicio ineficiente.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>F1. Personal calificado</p> <p>F2. Diversidad y calidad de Servicios</p> <p>F3. Calidad en atención al cliente</p> <p>F4. Experiencia comercial en el sector mantenimiento mecánico en minería.</p> <p>F5. Ubicación del local empresarial comercial.</p>	<p>F-O</p> <p>Se cuenta con experiencia del personal, sin embargo, es de suma importancia capacitar al personal constantemente para un eficiente mejor servicio F1, F4, O2.</p>	<p>F-A</p> <p>Fortalecer la innovación y calidad de servicios que ofrecen las empresas en el sector mantenimiento mecánico en minería, potenciar el servicio al cliente para afrontar estrategias agresivas que implementan los competidores actuales y no afecten la demanda comercial con nuestros socios estratégicos.</p>
<p>Debilidades</p> <p>D1. Planificación estratégica no implementado.</p> <p>D2. Registro de ingreso y costos no documentada en un archivo que no permite tener información eficiente de medición.</p> <p>D3. No existe una política de eficiente control en contratación de personal.</p> <p>4. La empresa no cuenta con un sistema de evaluación desempeño del personal.</p>	<p>D-1°</p> <p>Crear una base de datos para el registro de ingresos y egresos con el fin de lograr la eficiente y oportuna información en tiempo real, de esta manera se podrá tomar decisiones de inversión favorables en los indicadores económicos del país. D2.O1.</p>	<p>D-A</p> <p>Desarrollar una planificación estratégica eficiente a fin de lograr un posicionamiento comercial por los servicios brindados de calidad.</p>

9. Indicadores de una buena gestión

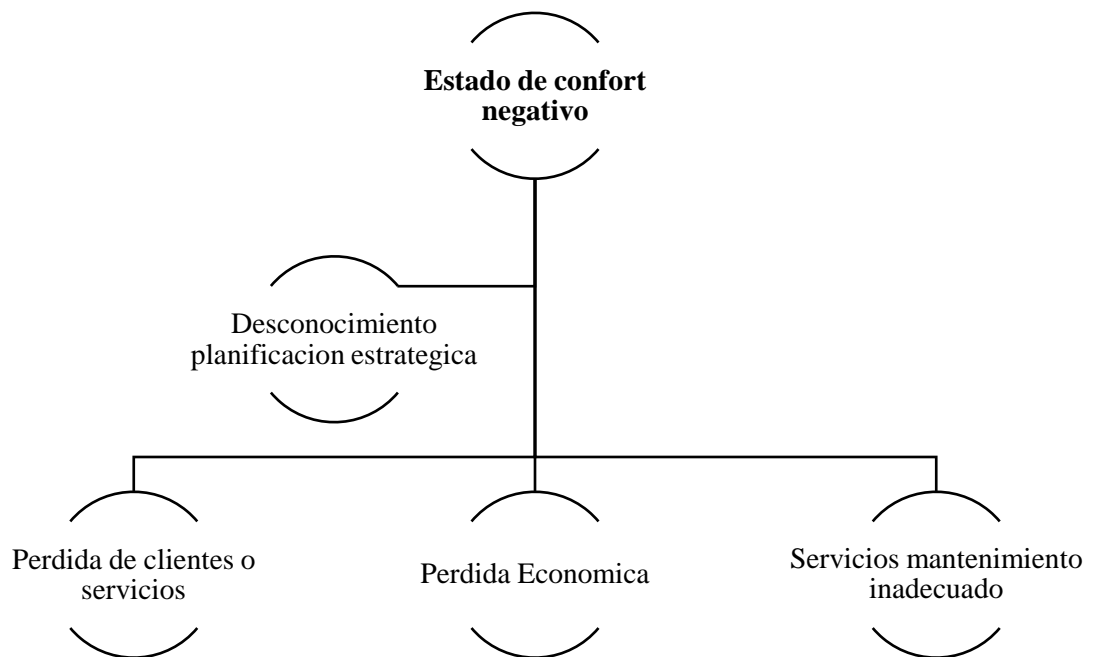
- Eficiencia operacional en ventas.
- Control operacional planificación estratégica
- Satisfacción del cliente
- Crecimiento frente a la competencia
- Rentabilidad Económica de la empresa
- Análisis interno y externo competidores

Indicadores	Problema	Accion de Mejora
Control Eficiencia operacional en ventas.	Personal no cuenta con capacitación.	Plan anual de capacitaciones al personal
Control operacional planificación estratégica.	Representante de la empresa desconoce la aplicación planificación estratégica.	Eficiente evaluación al contratar personal
Satisfacción del cliente	Se desconoce la satisfacción del cliente, no se realiza encuesta al cliente.	Programación trimestral de encuesta al cliente.
Crecimiento personal frente a la competencia.	Personal se encuentra en estado de confort – Resistencia al cambio.	Integrar competencias de la mejor propuesta de mejora entre los trabajadores para implementarlo en la empresa.
Rentabilidad Económica de la empresa.	La empresa no lleva un eficiente control de ingresos – Egresos mensual del servicio.	Elaborar un análisis financiero de costos mensual, contar con personal capacitado.

10. Problemas

Problemas	Accion de Mejora
Los representantes desconocen la gestión de planificación estratégica.	Realizar un cronograma de actividades de capacitaciones a los representantes y trabajadores.
Los rendimientos de las operaciones de servicios se miden mediante la observación.	Realizar una investigación de técnicas más actualizadas para implementarlas y aplicarlas una planificación estratégica eficiente.
La empresa no cuenta con indicadores de medición para incrementar las ventas, satisfacción del cliente y captación de clientes	Implementar un estatus de control de servicios aplicando herramientas como reportes de las ventas diarias o semanales, encuestas semestrales y un análisis FODA para medir tus fortalezas y debilidades de tus clientes.

11. Causas



12. Establecer Soluciones

a. Establecer Acciones

N°	Acciones de mejora a realizar	Dificultad	Plazo	Impacto	Prioridad
1	Realizar un cronograma de actividades de capacitaciones a los representantes y trabajadores.	Desconocimiento del uso de herramientas de control.	30 días	Mejorar el aprendizaje en el uso de gestión planificación estratégica.	Identificar las fortalezas y debilidades empresarial para el cumplimiento de sus objetivos.
2	Realizar una investigación de técnicas más actualizadas para implementarlas y aplicarlas una planificación estratégica eficiente.	Herramientas que no se pueden adaptar al cambio del personal.	30 días	Conseguir aplicar otras herramientas de gestión para medir desempeño laboral y operacional.	Identificar las técnicas de medición de rendimiento que se pueden adaptar a la empresa y trabajadores.
3	Implementar un estatus de control de servicios aplicando herramientas como reportes de las ventas diarias o semanales, encuestas semestrales y un análisis FODA para medir tus fortalezas y debilidades de tus clientes.	Tiempo de adaptación y conocimiento de las herramientas, ordenar sus actividades.	30 días	Actualizar los métodos de control de reportes, como el uso de indicadores periódicamente.	Identificar los sistemas integrados de gestión que sean las apropiadas para medir las actividades de la empresa y capacitar al personal en el uso de estas.

b. Estrategias (a Implementar)

AREA DE MEJORA N° 1 – TALENTO HUMANO	
Descripción del problema	Los representantes desconocen la gestión de planificación estratégica, Los rendimientos de las operaciones de servicios se miden mediante la observación, La empresa no cuenta con indicadores de medición para incrementar las ventas, satisfacción del cliente y captación de clientes.
Causas del problema	Desconocimiento del uso de la planificación estratégica para incrementar las ventas de servicios y el desempeño de personal en sus operaciones administrativas.
Objetivo para conseguir	Mejorar el uso eficiente de la planificación estratégica para incrementar las ventas.
Acciones de mejora	Realizar un cronograma de actividades de capacitaciones a los representantes y trabajadores. Realizar una investigación de técnicas más actualizadas para implementarlas y aplicarlas una planificación estratégica eficiente. Implementar un estatus de control de servicios aplicando herramientas como reportes de las ventas diarias o semanales, encuestas semestrales y un análisis FODA para medir tus fortalezas y debilidades de tus clientes.
Beneficios esperados	Mejorar el uso eficiente de las herramientas de gestión en la planificación estratégica para medir el rendimiento operacional y desempeño del trabajador. Actualizarse en el uso de herramientas modernas para medir sus operatividad y satisfacción del cliente.

13. Recursos para la implementación de las estrategias

- Humanos
- Tecnológicos
- Económicos

14. Esquematizar las estrategias

- Establecer estrategias u objetivos
- Herramientas
- Recurso Humano
- Recursos económicos
- Recursos tecnológicos
- Tiempo de ejecución

Establecer estrategias u objetivos	Herramientas	Recurso Humano	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo de ejecución
Realizar un cronograma de actividades de capacitaciones a los representantes y trabajadores.	Identificar nuevos métodos de aprendizaje para líderes.	Administrador	S/ 2.000.00	Cursos de Office, Talleres informática	60 días
Realizar una investigación de técnicas más actualizadas para implementarlas y aplicarlas una planificación estratégica eficiente.	Identificar herramientas de gestión KPIs modernas en panificación estratégica.	Administrador	S/ 2.000.00	Programa o Software sistema ERP	60 días
Implementar un estatus de control de servicios aplicando herramientas como reportes de las ventas diarias o semanales, encuestas semestrales y un análisis FODA para medir tus fortalezas y debilidades de tus clientes.	Identificar software para realizar seguimiento a todas las actividades, tareas, recursos. (Reuniones, diagramas Gantt, pescado, calendarios, etc.	Administrador	S/ 1.000.00	Programa o Software sistema ERP	60 días

V. Conclusiones

5.1 Conclusiones

La mayoría de los representantes se encuentran entre la edad 18 a 30 años, son de género masculino, expresan tener un grado de instrucción universitario completo, además son en su gran mayoría los dueños o gerentes quienes las lideran, indicaron además que se encuentran en el cargo más de 7 años.

La mayoría de las empresas se encuentran en el sector más de 7 años, cuentan con más de 11 trabajadores, expresan que en su mayoría sus trabajadores no son de su entorno familiar y su propósito u objetivo de su creación es generar ganancias.

La mayoría de los representantes de las Mypes manifestaron que tienen poco conocimiento de la aplicación de planificación estratégica, expresan que aplican herramientas de control pero que no son las apropiadas, existe una mayoría de personal que se encuentran en un estado de confort, existe una medición de rendimiento de personal operacional ineficiente, se ofrece sus servicios sin métodos de satisfacción al cliente y medición de costos y finalmente manifiestan que la implementación de la planificación estratégica les permitió realizar una gestión eficiente en sus operaciones de servicios y administrativamente.

Se elaboro un plan de mejora en base a los resultados de la investigación con la finalidad de establecer una planificación estratégica en todas sus actividades de las diferentes áreas de la empresa de manera eficiente, de calidad y satisfacción al cliente.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

5.2 Recomendaciones

- Involucrar al equipo de trabajo en las diferentes ideas de competencia de planeación con objetivos y metas claras y concisas ello aportara de manera que todos colaboren y opinen desde su perspectiva puedan ayudar a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que pueden presentarse en la empresa para así poder llevar a cabo una planeación más realista y objetiva.
- Establecer que los líderes o equipo de trabajo de la organización establezcan una planeación, sea una nueva oportunidad de buscar ideas frescas, innovar y ver distintos puntos de vista y no limitarte a simplemente llevar o continuar con los mismos objetivos del año anterior.
- Buscar propuestas dentro del capital humano para lograr sincronizar la participación desde cada uno de los puestos de trabajo a todos los niveles se lograra mejorar que los colaboradores desarrollen y conozcan de manera efectiva sus responsabilidades, objetivos individuales, las metas de la organización y el potencial que tienen dentro de la empresa para poder avanzar en su plan de carrera y aportar más valor a la misma de cómo quieren presentar la información, qué datos requieren y de esta forma será más flexible la manera de generar ideas para la planeación.
- Capacitar al personal para obtengan conocimiento y entiendan el entorno económico, con una segmentación efectiva, estar en constante comunicación con las necesidades del cliente, organizar la empresa tomando en cuenta proveedores, investigación de mercados, análisis FODA, para conocer el posicionamiento de la empresa y hacia que latitudes la queremos proyectar, en el sector minero como empresa de servicios de mantenimiento las organizaciones están siempre sujetas al cambio por sus clientes , tienen que estar preparadas para sumir retos accesibles , aplicando mejora continua , implementado estrategias para poder ser parte como socio estratégico de sus clientes y ambos puedan cumplir sus metas y objetivos trazados en busca de la excelencia organizacional.

Se elaboro un plan de mejora en base a los resultados de la investigación con la finalidad de establecer una planificación estratégica en todas sus actividades de las diferentes áreas de la empresa de manera eficiente, de calidad y satisfacción al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva, Poma (2018) *su investigación tiene como objetivo determinar la relación entre las estrategias y el proceso de venta.*
- Cabrera, H. (2016). *Propuesta de mejora de la calidad mediante la implementación de técnicas Lean Service en el área de servicio de mecánico de una empresa automotriz. (tesis de pregrado).* Universidad Peruana de Ciencia Aplicadas UPC, Lima, Perú
- Cacho, C. (2017), en su tesis se enfoca en: *Brindar los resultados obtenidos y conclusiones de una investigación realizada en el área de operaciones con el fin de mejorar la calidad del servicio.*
- Cuneo & Muñoz (2017) en su tesis titulada *Plan estratégico de la empresa Servicios Múltiples El Paraíso S.R.L., para incrementar las ventas en el periodo 2017-2021, Cajamarca.*
- Díaz Vivanco, C. A. (2016). *Estrategias para la formalización de las Mypes en el distrito de Pimentel 2016.* <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4588>. Chiclayo, Perú
- García (2019) en su tesis titulada *Modelo de gestión y planificación estratégica para la microempresa Autotech SG, centrada en la mejora continua del negocio- Ecuador.*
- Gómez Becerra, J. A. (2016). *Lineamientos para legalización de actividad comercial y jurídica de las micro y pequeñas constructoras en Bogotá. Bogotá, Colombia*
- Hinostroza, A.; Coronel, R. (2016). Lima. En su tesis *'Planeamiento Estratégico para la Empresa Constructora El Árabe S.A.C., de la Pontificia Universidad Católica del Perú.*
- Irigoin Chavez, S. F. (2015). *Análisis de los instrumentos y factores del financiamiento para mejora de la gestión de las Mypes sector panadería el sol del cumbe Cajamarca -2015-2016.*
- Juárez (2017) en su tesis titulada *Propuesta de un Proceso de Planeamiento Estratégico Para la Mejora de la Competitividad en una Empresa Productora y Comercializadora de Metales no Ferrosos Ubicada en la Ciudad de Lima, Para el Periodo 2018-2022.*
- León & Valenzuela (2019) en su tesis titulada *Propuesta de planificación estratégica y CMI para empresa "Sociedad Áridos Bio Bio Limitada" Venezuela.*
- Llenque (2019) *nos indica que las Mypes en el Perú y en América Latina no solo generan empleo, sino además contribuyen al crecimiento de la economía.*

- Lobos (2017) en su tesis Titulada *Planificación Estratégica aplicada a Empresa de Servicios de Reparación Automotriz Multimarca 2016-2018, Antofagasta*
- Montoya, Motta, Zúñiga (2015) *nos dicen que las empresas buscan establecer estrategias para mejorar la productividad y producción en sus servicios de ventas*
- Mora, E., Vera, M., & Melgarejo, Z. (2015). *Planificación estratégica y niveles de competitividad de las pymes del sector comercio en Bogotá.*
- Neira & Tenelema (2017) en su tesis titulada *Plan estratégico para la empresa Serviexpress dedicada al servicio técnico automotriz en la ciudad de Guayaquil Ecuador.*
- Ordinola & Martínez (2019) en su tesis de investigación titulada *Planeamiento estratégico, diseño de procesos y otras propuestas de mejora para una empresa del sector metalmecánica.*
- Rizzo, G., & Castro, A. (2017). *Planeación estratégica la forma más básica para establecer el cabal cumplimiento de las metas y objetivos en cualquier organización. Revista Publicando, 15.*
- Rizzo & Castro, (2017). *La planificación estratégica asegura una estrategia sólida para cualquier tipo de organización.*
- Ruiz (2021) en su tesis *Propuesta de mejora de los factores relevantes del financiamiento en las Mypes del Perú - caso de la empresa Agroindustrias Dasilva E.I.R.L., Yarinacocha 2020.*
- Sandoval (2017) en su tesis titulada *Planeamiento Estratégico Y El Desarrollo Empresarial De La Empresa Servicios De Mantenimiento Electromecánico E.I.R.L, En El Distrito De San Juan De Lurigancho.*
- Santos, C. & García, E. (2017), *en su trabajo de investigación de tesis se enfoca en: Realizar el diagnóstico situacional de la empresa.*
- Serrato, (2018). *un análisis crítico que sea constante, basado en seguimiento y control de las estrategias aplicadas.*
- Torriani Yolanda (2018) manifiesta que *“La Pymes tiene ahora muy claro sus objetivos y la forma de conseguirlos.*
- Vega Eras, M. Y. (2016). *Capacidades Gerenciales del Gerente General en las Micro y Pequeñas Empresas de transformación de la madera de la zona urbana de la ciudad de Cajamarca y su influencia en la competitividad. Cajamarca, Perú*

Weston (2020) *La planeación estratégica se define como: Un proceso reflexivo y sistemático para determinar una dirección y un curso de acciones para lograr un futuro deseable.*

Villanueva (2019) en su tesis *Propuesta de un Plan Estratégico para Mejorar la Gestión de la Empresa AIRCALELECTRIC S.A.C, periodo 2020 a 2025.*

Ynoñan, Y. (2016). Trujillo. En su tesis ‘ *Diseño de un planeamiento estratégico que permita mejorar el nivel de rentabilidad de la Empresa Bralco Contratistas Generales S.R.L.*

ANEXO 1: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
	Actividades	Año / Semestre: 2021-02- Mes															
		Mes JULIO			Mes AGOSTO				Mes SEPTIEMBRE				Mes OCTUBRE				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre-informe de Investigación.											X					
12	Redacción del informe final												X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X		
15	Redacción de artículo científico															X	X

ANEXO 2: PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.20	25.00	5.00
• Fotocopias	0.10	50.00	5.00
• Empastado	0.00	0.00	0.00
• Papel Bond A-4 (500 Hojas)	12.00	1.00	12.00
• Lapiceros	2.00	2.50	5.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2.00	100.00
Sub Total			127.00
Gastos de Viaje			
• Pasaje para recolectar información	25.00	2.00	50.00
Sub Total			50.00
Total, de presupuesto desembolsable			177.00
Presupuesto No desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje digital - LAD)	30.00	4.00	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2.00	70.00
• Soporte informático (Modulo de Investigación del ERP University-MOIC)	40.00	4.00	160.00
• Publicación del artículo en repositorio Institucional.	50.00	1.00	50.00
Sub Total			400.00
Recurso Humano			
• Asesoría personalizada (5 Horas por semana)	63.00	4.00	252.00
Sub Total			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			829.00

ANEXO 3: CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad obtener información de las micro y pequeñas empresas para poder desarrollar el trabajo de investigación: Propuesta de Mejora de La Planificación Estratégica para incrementar las ventas de Servicios en la Empresa SICHIGO S.A.C. dedicada a los servicios de mantenimiento Mecánico en La Minería de la Ciudad de Huarney, Año 2021.

Referente a los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

1) Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2) Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3) Grado de Instrucción / Formación Académico

- a) Sin Instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no Universitaria
- e) Superior Universitaria

4) Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

❖ **Referente a las Características de las Micro y Pequeñas Empresas.**

5) Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

6) Número de Trabajadores

- a) 1 a 5 Trabajadores
- b) 6 a 10 Trabajadores
- c) 11 a más Trabajadores

7) Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no Familiares

8) Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

❖ **Referente a la Variable Planificación Estratégica para incrementar las ventas.**

9) ¿La organización cuenta con indicadores de gestión para medir su eficiencia de su planificación estratégica?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

10) ¿La organización conoce los modelos modernos de la planificación estratégica como son?

- a) Matriz FODA
- b) Análisis CAME
- c) Diamante de Porter
- d) Diagramas de flujo.
- e) Manuales de políticas y objetivos.
- f) Gráficas de Gantt.
- g) Otros
- h) Ninguno

11) ¿La planificación estratégica contribuye en la mejora del rendimiento de la organización o negocio?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

12) ¿Su misión y visión, se encuentra relacionada a la planificación estratégica?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

13) ¿Qué habilidades, capacidades, talentos, la organización debe reforzar con sus colaboradores para mejorar planificación estratégica?

- a) Compromiso
- b) Puntualidad
- c) Trabajo en equipo
- d) Mejora continua
- e) Todas las anteriores

14) ¿Como evalúa a sus colaboradores en sus funciones en relación a la planificación estratégica?

- a) Deficiente
- b) Regular
- c) Bueno
- d) Muy Bueno
- e) Excelente

15) ¿Cómo organización implementó planificación estratégica para reconocer quiénes son sus competidores potenciales en el mercado laboral organizacional?

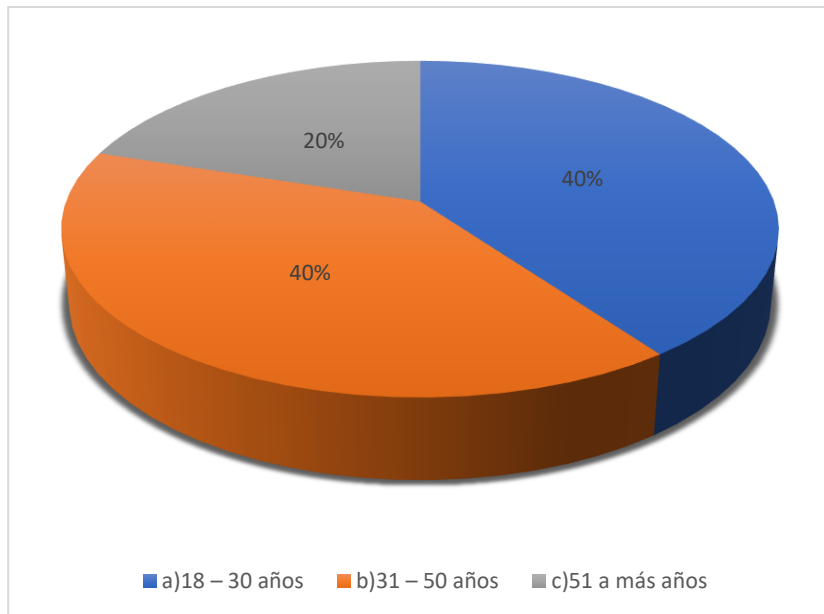
- a) SI
- b) No
- c) Tal vez

- 16) ¿Cómo se están planificando para atraer a los clientes de sus competidores y lograr generar actividades más rentables?**
- a) Corto plazo
 - b) Mediano plazo
 - c) Largo plazo
 - d) No sabe
- 17) ¿Como podría mejorar sus métodos de mercadeo para generar y atraer a más clientes en el rubro servicios de mantenimiento minero?**
- a) Vender soluciones a los problemas del cliente
 - b) Marketing de recomendación
 - c) Ofrecer servicios adicionales
 - d) Definir un mensaje claro y persuasivo
 - e) Todas las anteriores
- 18) ¿Conoce el concepto de planificación estratégica para poder tener una posición o percepción actual en el mercado con sus competidores internos y externos?**
- a) Si
 - b) No
 - c) Tengo cierto conocimiento
- 19) ¿Que podría cambiar o mejorar en sus operaciones administrativas para obtener una planificación estratégica eficiente y obtener una mejor rentabilidad de servicios directamente en su negocio?**
- a) Ineficiencias operativas y de productividad
 - b) Resistencia al cambio
 - c) Reingeniería
 - d) Herramientas de análisis y mejora continua
 - e) Todas las anteriores

ANEXO 4:

Figura 1.

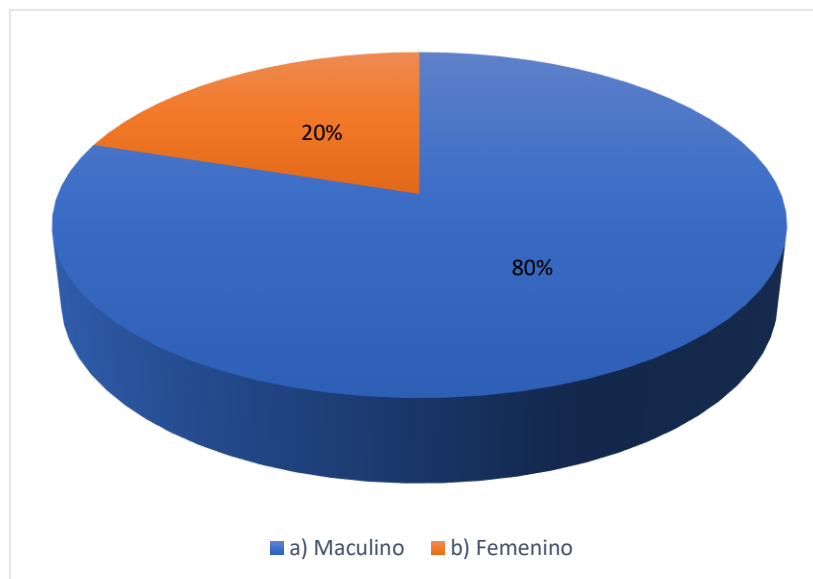
Edad de los representantes de las Mypes



Fuente. Tabla 1

Figura 2.

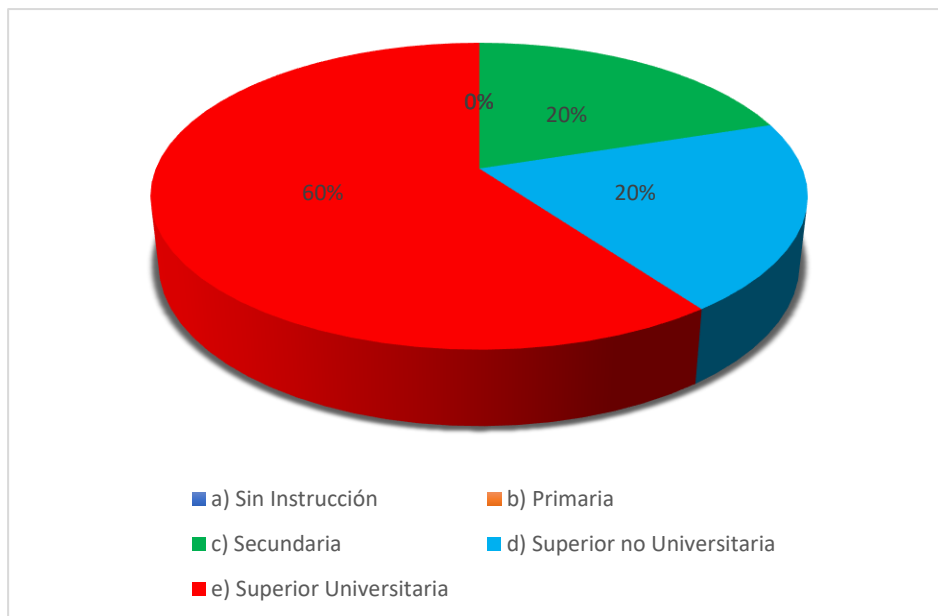
Genero de los representantes de las Mypes



Fuente. Tabla 1

Figura 3.

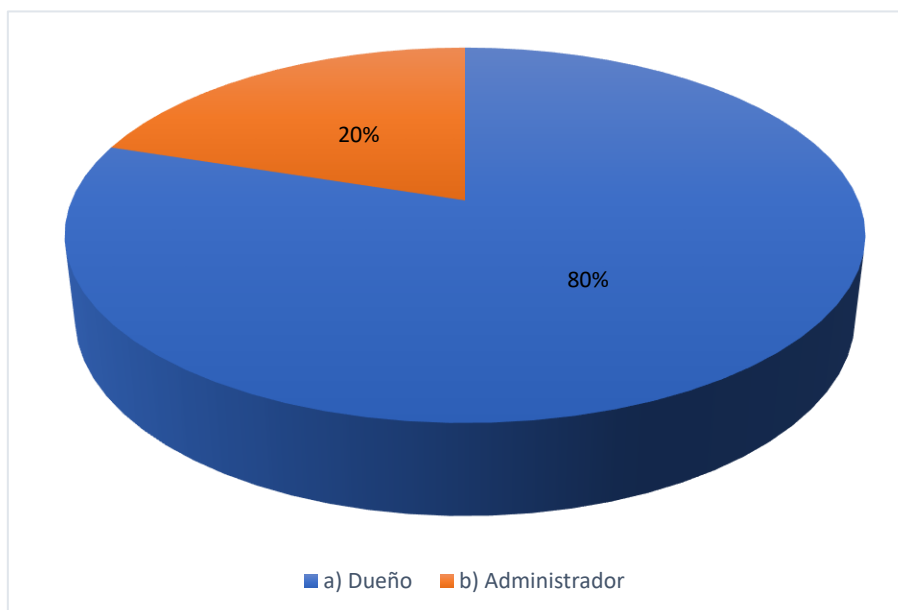
Grado de Instrucción de los representantes de las Mypes



Fuente. Tabla 1

Figura 4.

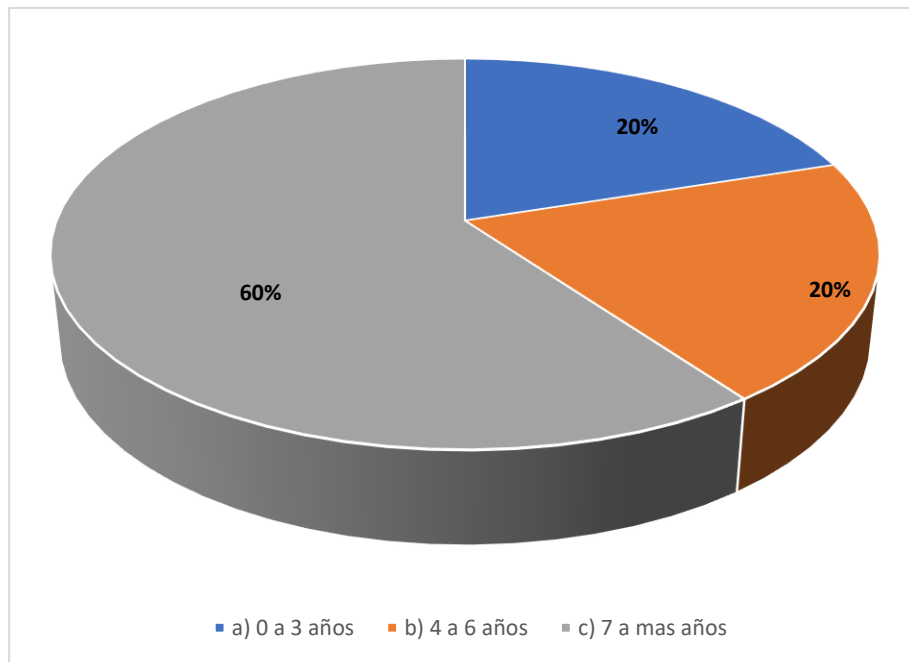
Cargo que desempeñan los representantes de las Mypes



Fuente. Tabla 1

Figura 5.

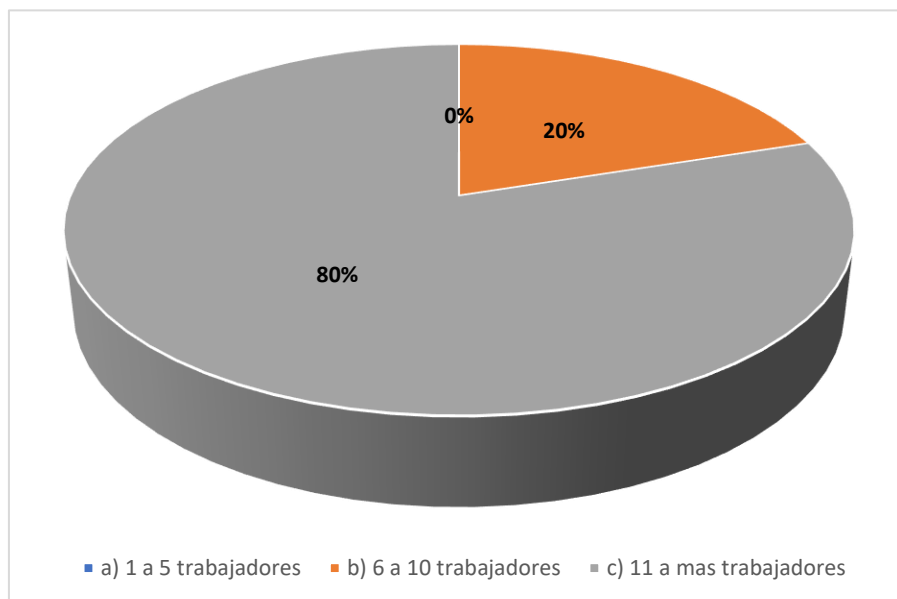
Años en el rubro



Fuente. Tabla 2

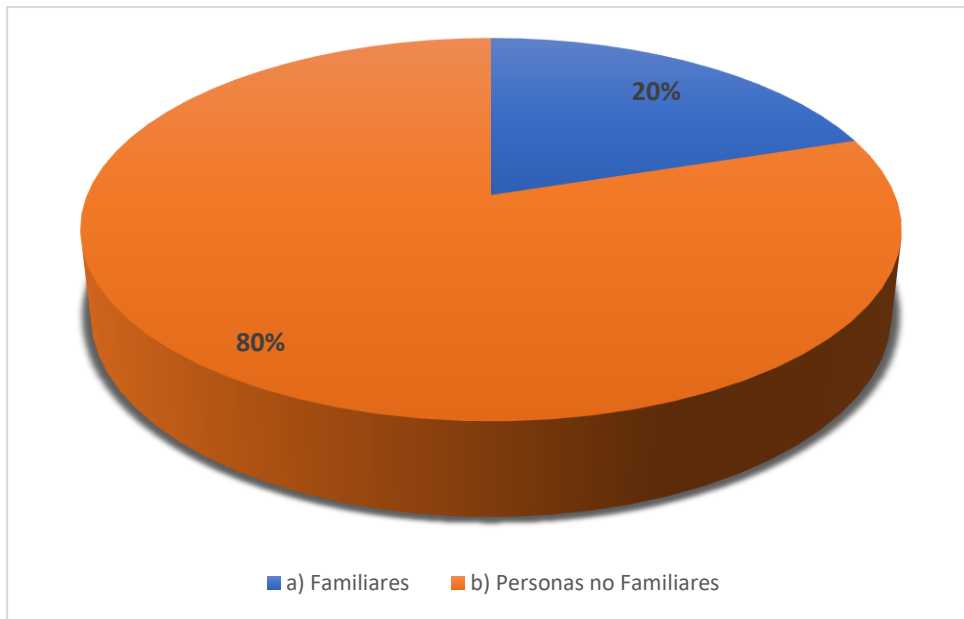
Figura 6.

Número de trabajadores en la empresa



Fuente. Tabla 2

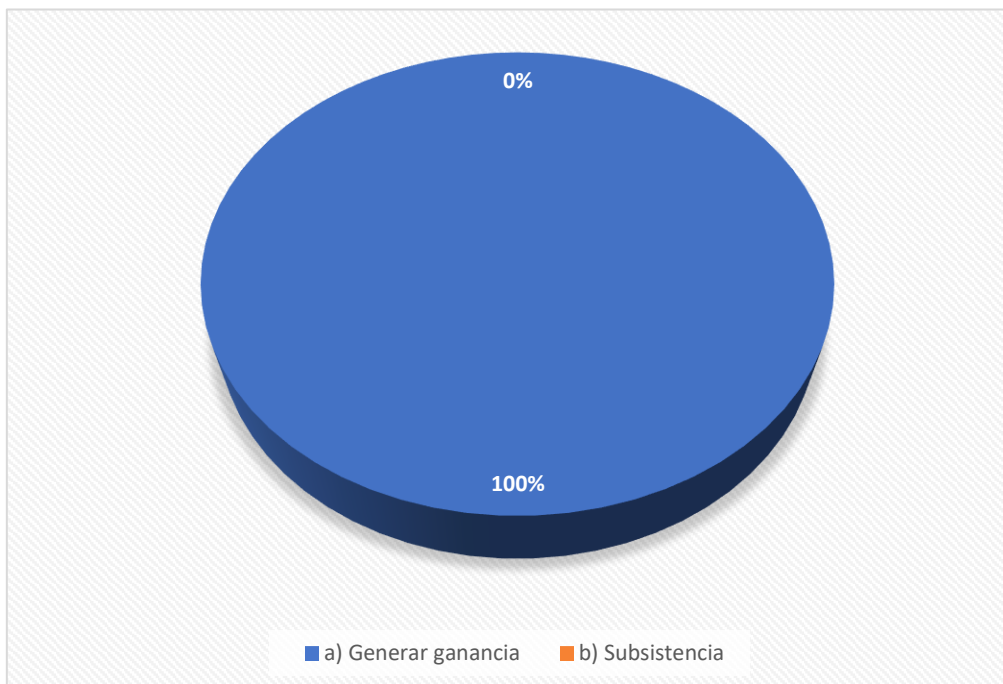
Figura 7. Las personas que trabajan



Fuente. Tabla 2

Figura 8.

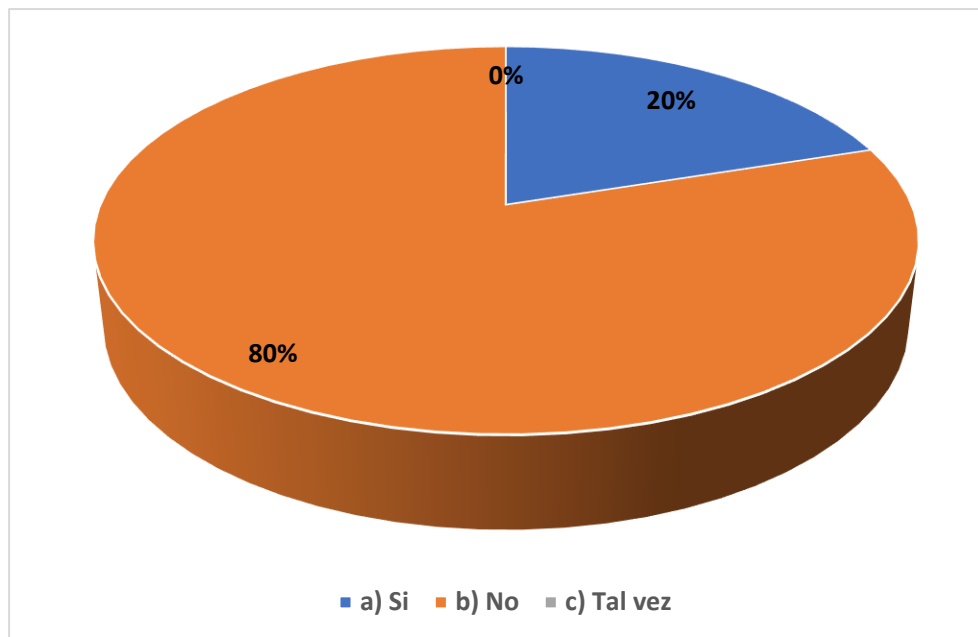
Objetivo de Creación de las Mypes.



Fuente. Tabla 2

Figura 9.

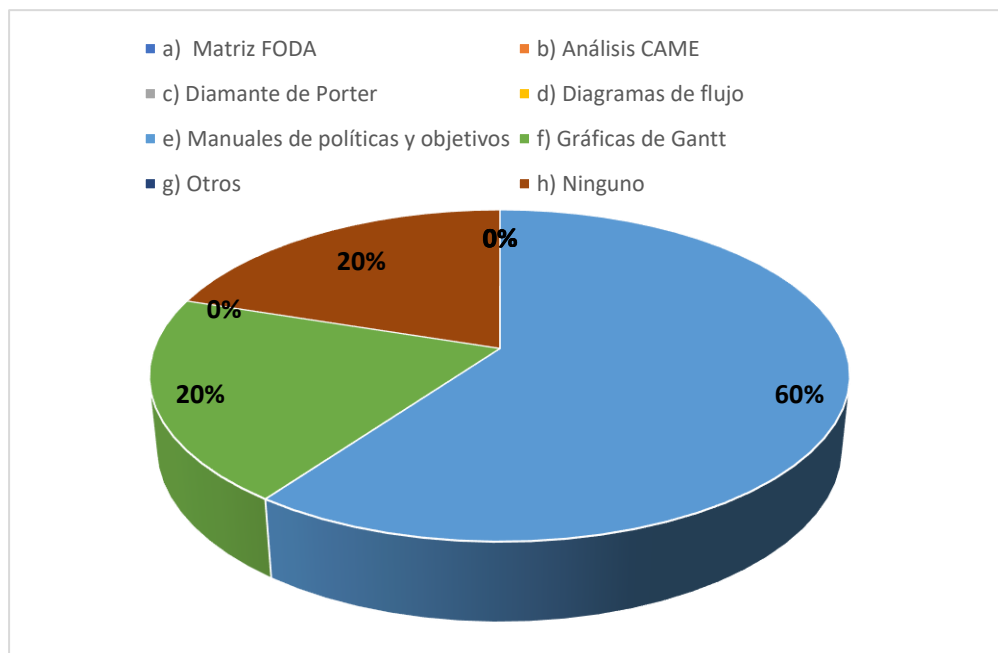
Cuenta con indicadores de gestión para medir su eficiencia de su planificación estratégica.



Fuente. Tabla 3

Figura 10.

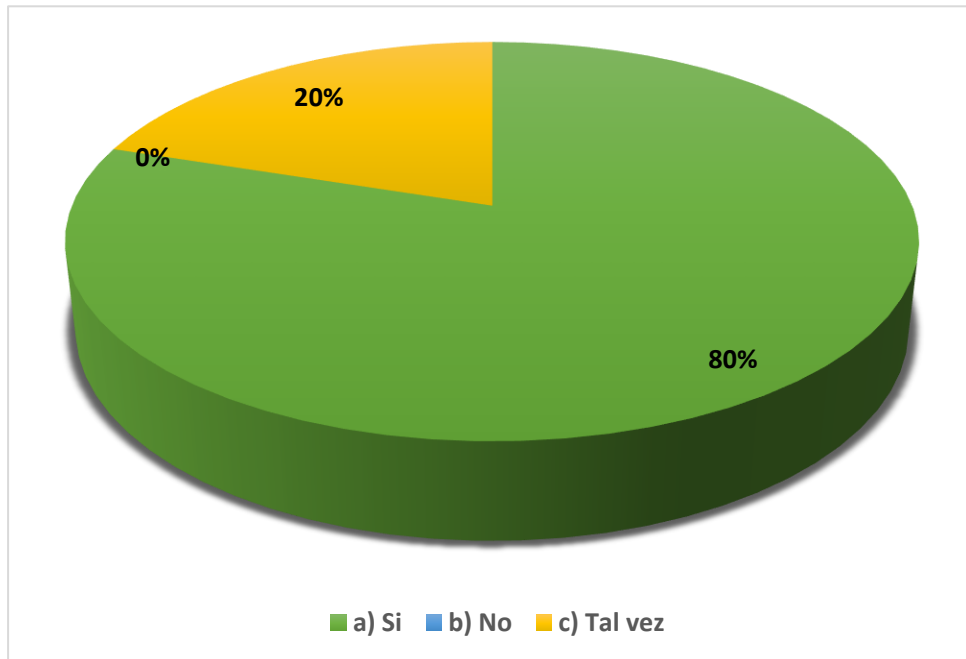
La organización conoce los modelos modernos de la planificación estratégica.



Fuente. Tabla 3

Figura 11.

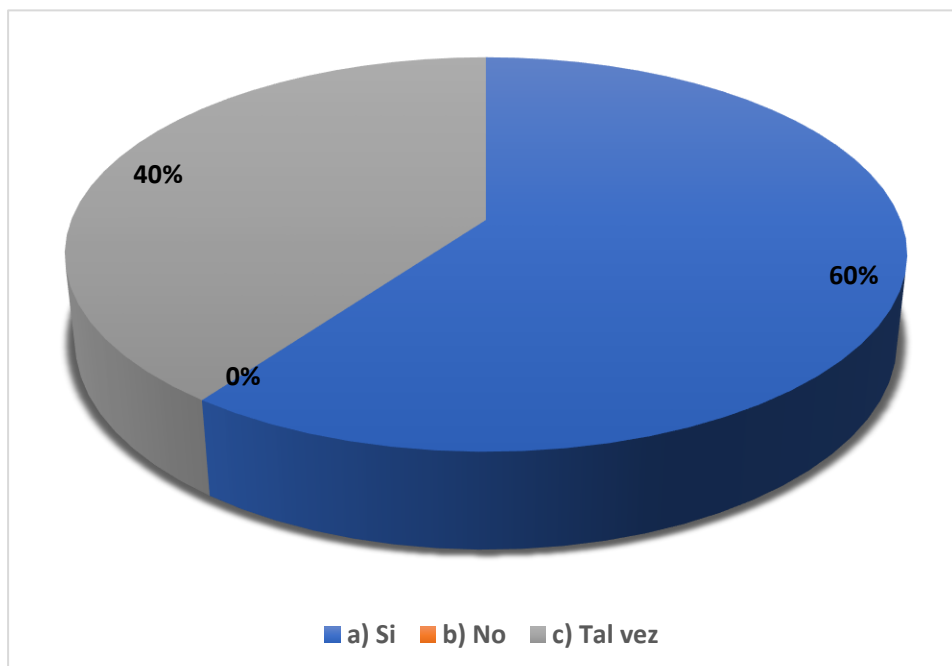
La planificación estratégica contribuye en la mejora del rendimiento de la organización o negocio.



Fuente. Tabla 3

Figura 12.

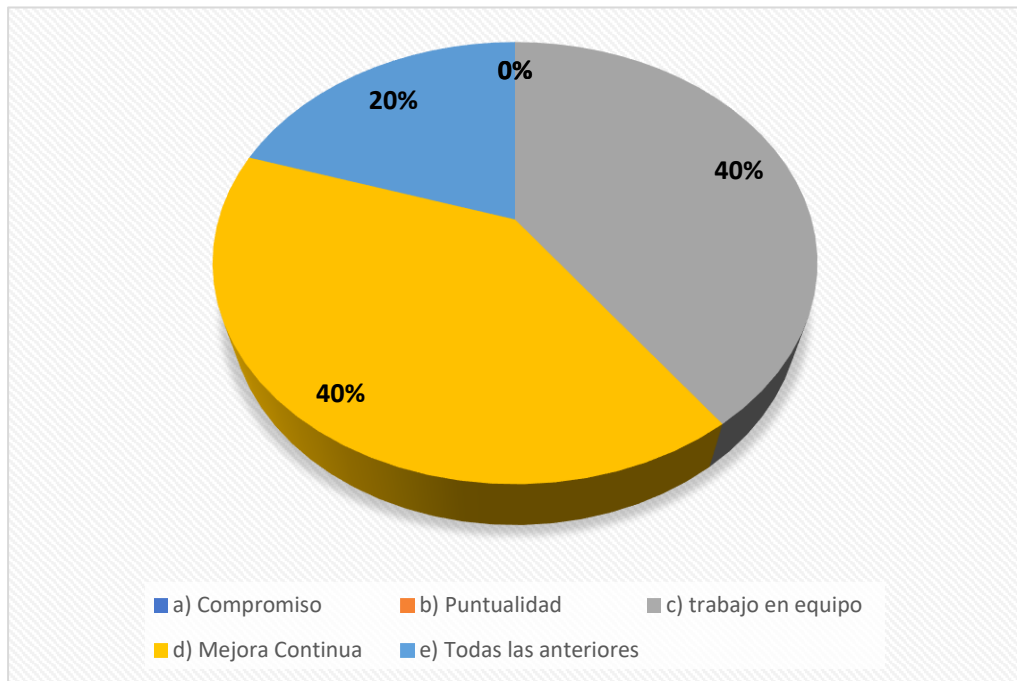
Misión y Visión, está relacionada a la planificación estratégica.



Fuente. Tabla 3

Figura 13.

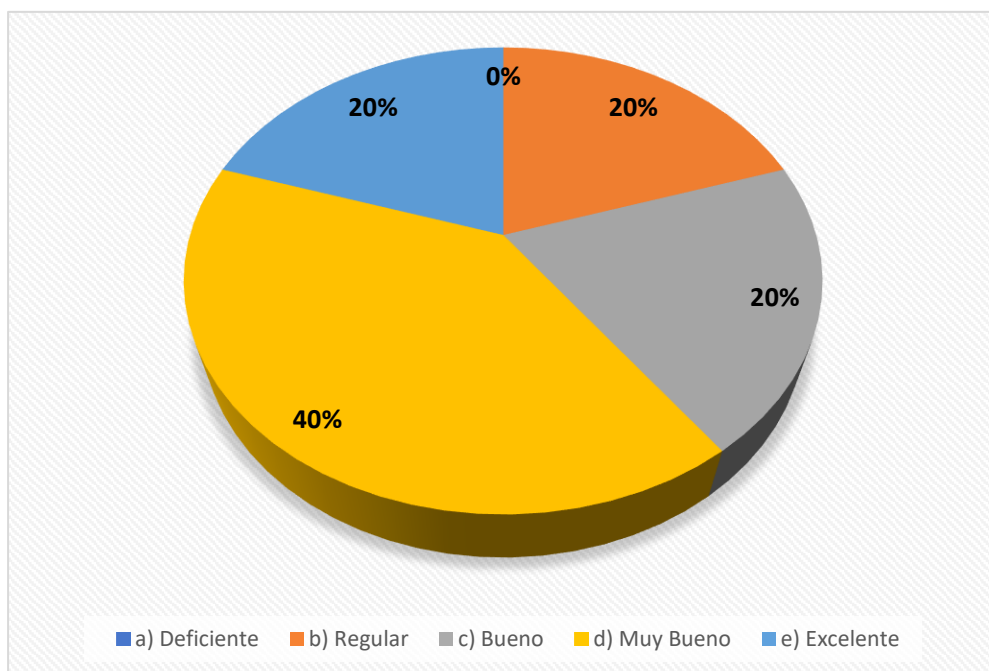
Las habilidades, capacidades, talentos, mejora planificación estratégica.



Fuente. Tabla 3

Figura 14.

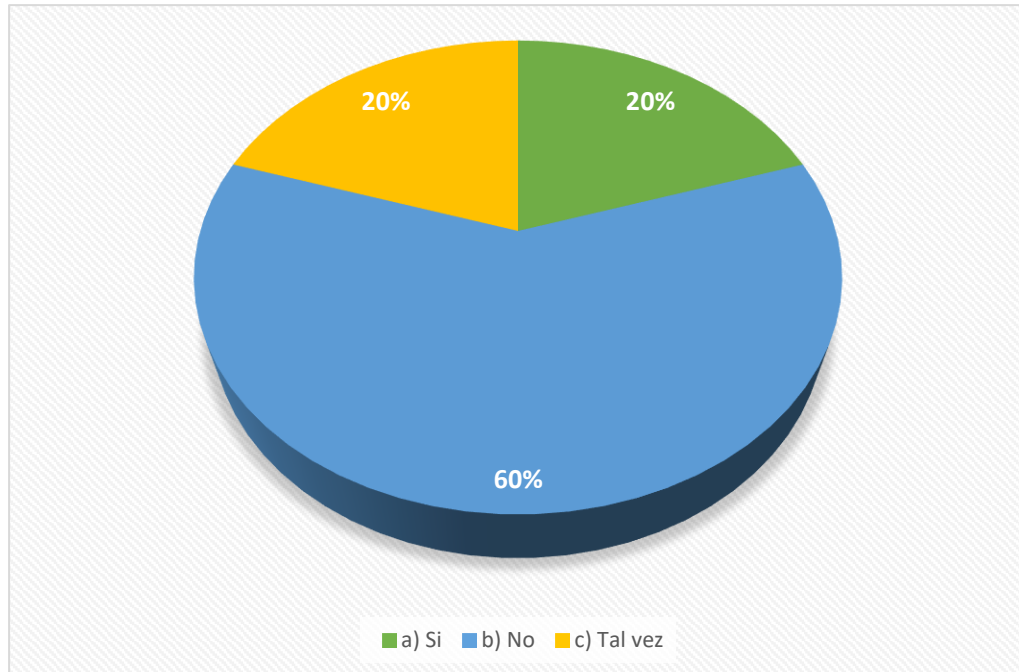
Funciones en relación con la planificación estratégica



Fuente. Tabla 3

Figura 15.

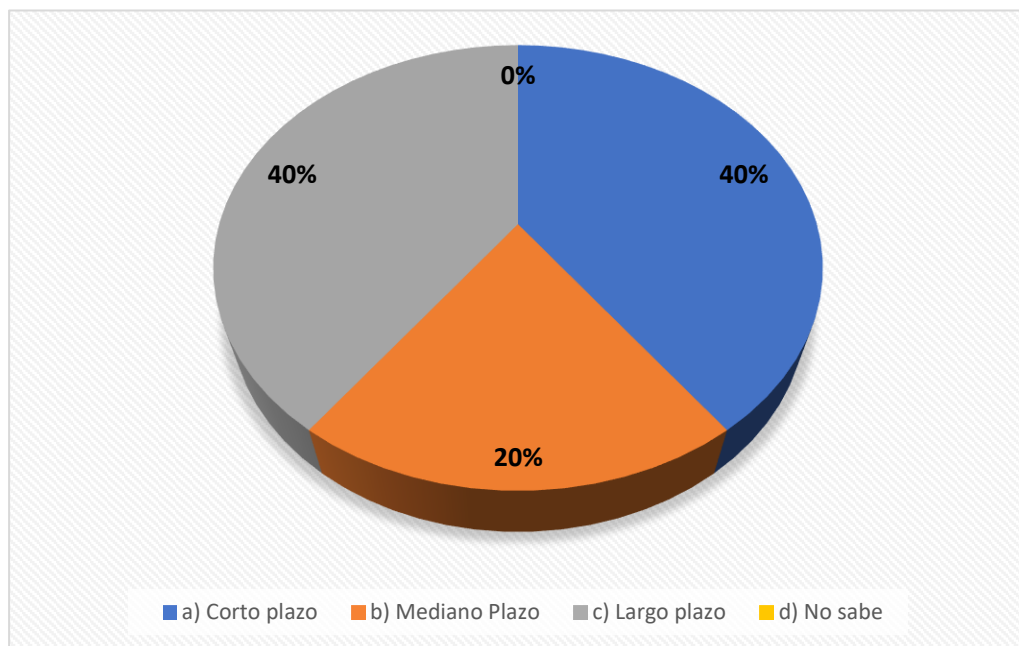
Planificación estratégica como competidores potenciales en el mercado laboral organizacional



Fuente. Tabla 3

Figura 16.

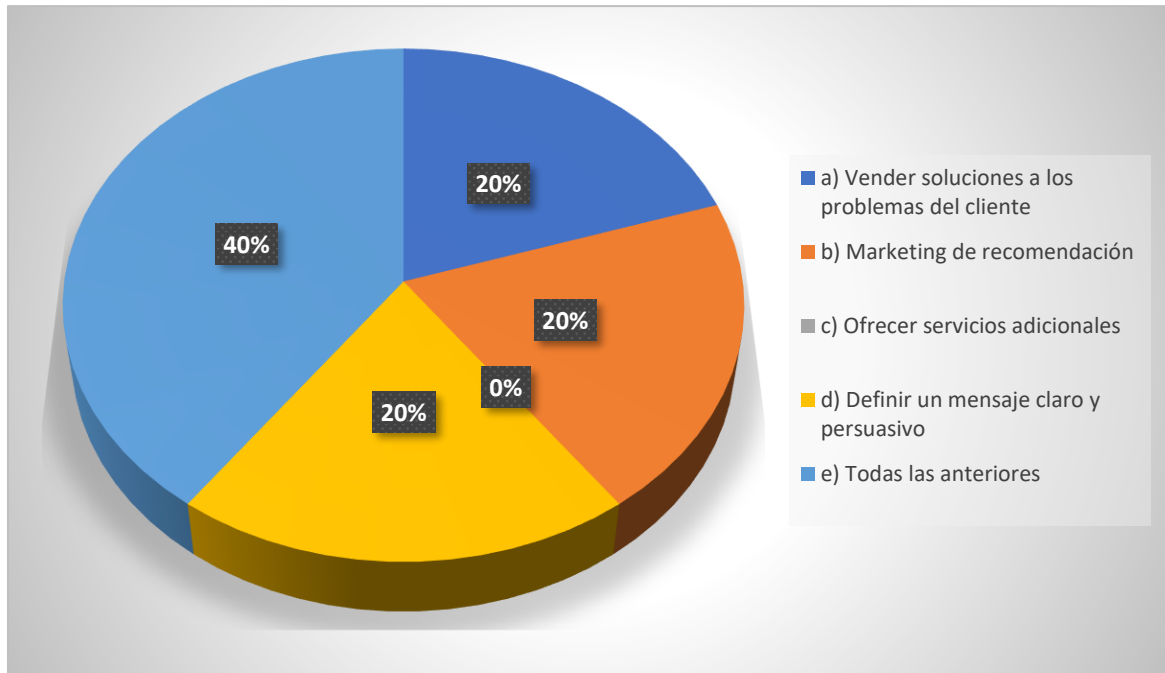
Atracción a los clientes de sus competidores y lograr generar actividades más rentables.



Fuente. Tabla 3

Figura 17.

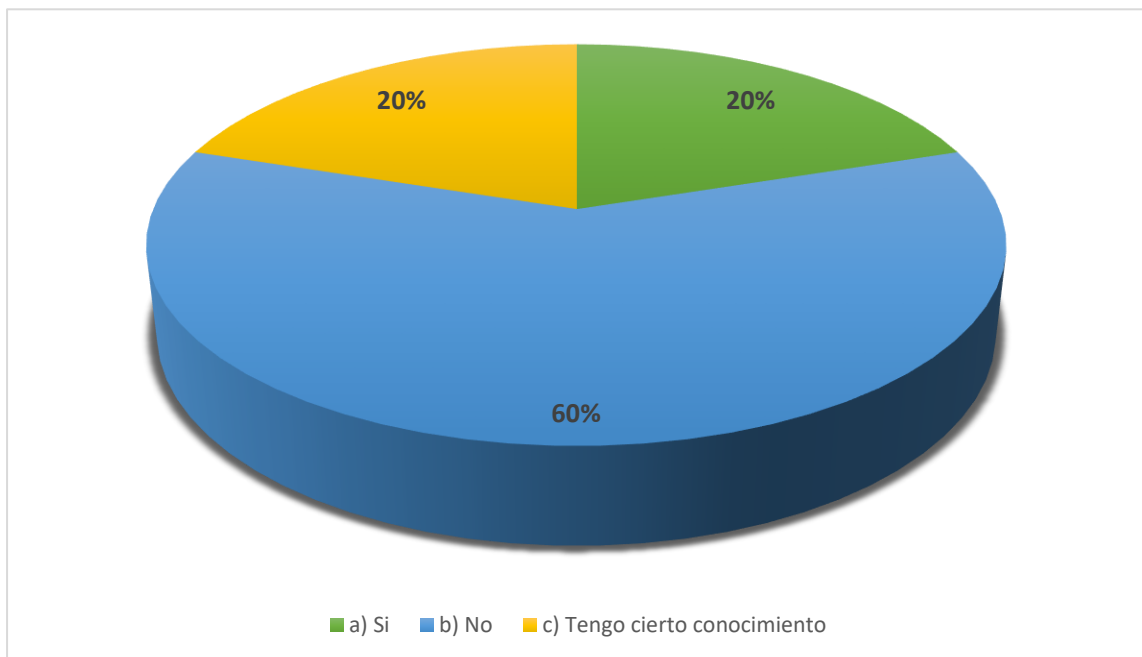
Los métodos de mercadeo.



Fuente. Tabla 3

Figura 18.

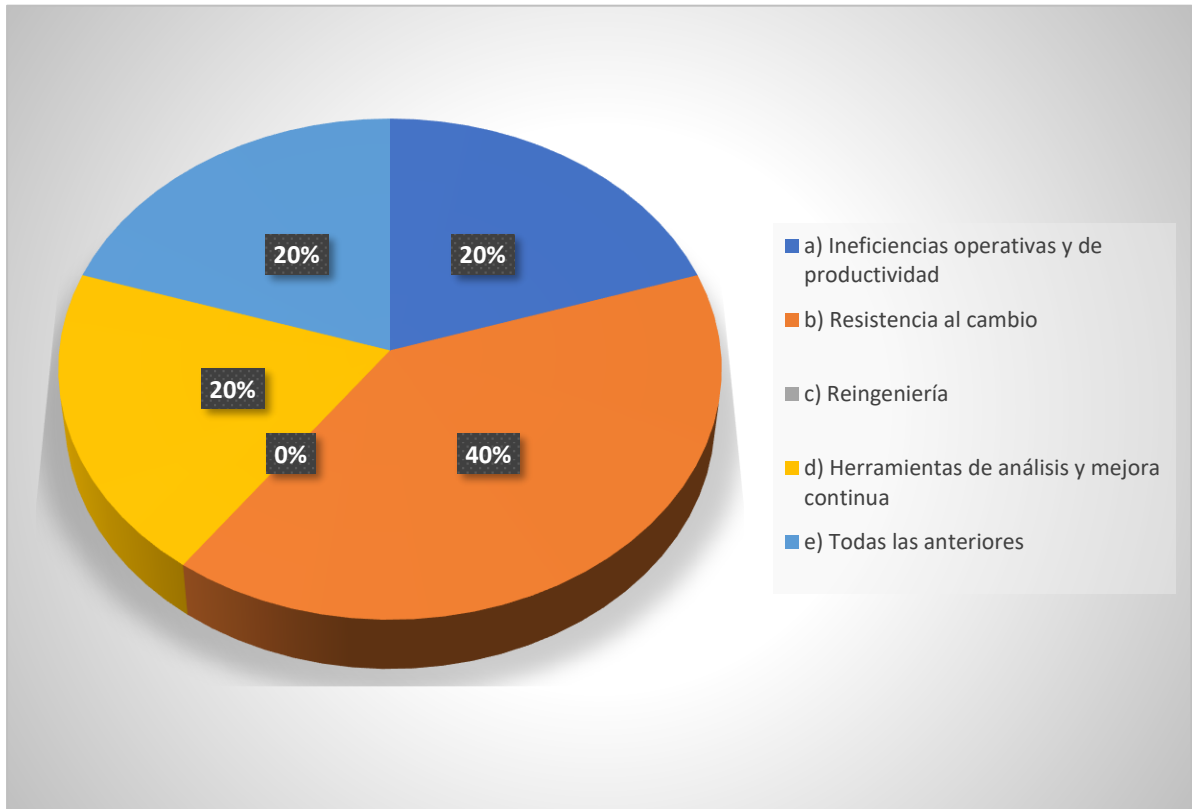
Planificación estratégica en el mercado con sus competidores internos y externos



Fuente. Tabla 3

Figura 19.

Operaciones administrativas para obtener una planificación estratégica eficiente y obtener una mejor rentabilidad de servicios directamente en su negocio.



Fuente. Tabla 3