

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
UNIDAD DE POSGRADO**

**EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO FINANCIERO Y SU
INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN
LAS COMPAÑÍAS DEL SECTOR DE COMERCIALIZACIÓN
DE ARTÍCULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL, REGIÓN
LIMA 2020 – 2021**

**PRESENTADO POR
CONSUELO SOLEDAD SALAZAR ESPINOZA**

**ASESOR
VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO**

**TESIS
PARA OBTENER EL GRADO ACADEMICO DE MAESTRA EN CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS CON MENCIÓN EN FINANZAS E INVERSIONES
INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ
2024**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

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



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONOMICAS Y FINANCIERAS
UNIDAD DE POSGRADO**

**EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN
LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS COMPAÑÍAS DEL SECTOR
DE COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL,
REGIÓN LIMA 2020 – 2021**

**PRESENTADO POR:
CONSUELO SOLEDAD SALAZAR ESPINOZA**

**ASESOR:
Dr. VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO**

**TESIS
PARA OBTENER EL GRADO ACADEMICO DE MAESTRA EN
CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS CON MENCIÓN EN
FINANZAS E INVERSIONES INTERNACIONALES**

LIMA - PERU

2024

**EL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN
LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS COMPAÑIAS DEL SECTOR
DE COMERCIALIZACION DE ARTICULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL,
REGION LIMA 2020 - 2021**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Dr. VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO

MIEMBROS DEL JURADO:

PRESIDENTE:

Dr. SABINO TALLA RAMOS

MIEMBRO:

Dra. LUZ MARIA GALINDO URIBE

SECRETARIO:

Dr. JOSÉ ANTONIO PAREDES SOLDEVILLA

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y permitirme cumplir mis objetivos propuestos.

A mi conyugue e hijo, gracias por su apoyo incondicional y siempre estar respaldándome en todos los pasos que doy para ser mejor mujer, mama y profesional.

La autora.

AGRADECIMIENTO

A los docentes por toda su ayuda y animo durante el proceso de elaboración de la presente tesis.

La autora.

TURNITIN

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL _____

AUTOR

CONSUELO SOLEDAD SALAZAR ESPINOZA

RECuento de palabras

17373 Words

RECuento de caracteres

97001 Characters

RECuento de páginas

124 Pages

Tamaño del archivo

2.7MB

Fecha de entrega

Sep 28, 2023 6:08 PM GMT-5

Fecha del informe

Sep 28, 2023 6:10 PM GMT-5

● 14% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 13% Base de datos de Internet
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Resumen

INDICE DE CONTENIDO

Portada	I
Título	II
ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
TURNITIN	VI
INDICE DE CONTENIDO	VII
INDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	XI
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCION	XV
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	10
1.2.1 <i>Problema General</i>	10
1.2.2 <i>Problemas Específicos</i>	10
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.3.1 <i>Objetivo General</i>	11
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	11
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.4.1 <i>Importancia</i>	12
1.4.2 <i>Viabilidad de la Investigación</i>	13
1.5 LIMITACIONES	13
CAPITULO II: MARCO TEORICO	14
ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	14
2.1.1 <i>Antecedentes Nacionales</i>	15
2.1.2 <i>Antecedentes Internacionales</i>	18
BASES TEÓRICAS	21
2.2.1 <i>Planeamiento Estratégico Financiero</i>	21
2.2.2 <i>Productividad Empresarial</i>	31
DEFINICIONES DE TÉRMINOS BÁSICOS	39
2.3.1 <i>Planeamiento estratégico financiero</i>	39
2.3.2 <i>Productividad empresarial</i>	43
CAPITULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES	47
3.1 HIPÓTESIS GENERAL	47
3.2 HIPÓTESIS ESPECIFICAS	47
3.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	48
CAPITULO IV: METODOLOGIA	50
4.1 DISEÑO METODOLÓGICO	50
4.1.1 <i>Tipo de Diseño</i>	50
4.1.2 <i>Tipo de Investigación</i>	51
4.1.3 <i>Nivel de Investigación</i>	51
4.1.4 <i>Método</i>	51

4.2	POBLACIÓN Y MUESTRA	51
4.2.1	<i>Procedimiento para el Cálculo del Tamaño y Selección de la Muestra</i>	52
4.3	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	53
4.3.1	<i>Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos</i>	53
4.3.2	<i>Procedimientos de Comprobación de la Validez y Confiabilidad de los Instrumentos</i>	54
4.4	TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	54
4.5	ASPECTOS ÉTICOS	54
CAPITULO V: RESULTADOS.....		56
5.1	RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	56
5.2	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	77
CAPITULO VI: DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		88
6.1	DISCUSIÓN	88
6.2	CONCLUSIONES.....	93
6.3	RECOMENDACIONES	95
FUENTES DE INFORMACION.....		97
ANEXOS		99
6.4	ANEXO 1	100
	100
	101
6.5	ANEXO 2	102
6.6	ANEXO 3	105

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Número de empresas formales según tamaño empresarial 2021	02
Tabla 2 Operacionalización de variable independiente	48
Tabla 3 Operacionalización de variable dependiente	49
Tabla 4 <i>Relación de empresas que forman parte de la Población</i>	51
Tabla 5 Administración presupuestal.....	56
Tabla 6 Control interno.....	58
Tabla 7 Gestión empresarial.....	59
Tabla 8 Creación de valor.....	61
Tabla 9 Estrategia de crecimiento.....	62
Tabla 10 Competitividad empresarial.....	63
Tabla 11 Información financiera.....	65
Tabla 12 Riesgo financiero.....	66
Tabla 13 Cultura organizacional.....	67
Tabla 14 Innovación estratégica.....	69
Tabla 15 Rentabilidad financiera.....	70
Tabla 16 Participación de mercados.....	71
Tabla 17 Planeamiento estratégico.....	73
Tabla 18 Productividad empresarial.....	74
Tabla 19 Validez y confiabilidad alfa de Cronbach.....	75
Tabla 20 Estadística de total del elemento.....	76
Tabla 21 Tabla cruzada 1.....	78
Tabla 22 Pruebas de chi-cuadrado 1.....	78
Tabla 23 Tabla cruzada 2.....	79
Tabla 24 Pruebas de chi-cuadrado 2.....	79
Tabla 25 Tabla cruzada 3.....	80
Tabla 26 Pruebas de chi-cuadrado 3.....	81
Tabla 27 Tabla cruzada 4.....	82
Tabla 28 Pruebas de chi-cuadrado 4.....	82
Tabla 29 Tabla cruzada 5.....	83
Tabla 30 Pruebas de chi-cuadrado 5.....	84
Tabla 31 Tabla cruzada 6.....	85
Tabla 32 Pruebas de chi-cuadrado 6.....	85

Tabla 33 Tabla cruzada 7.....	86
Tabla 34 Pruebas de chi-cuadrado 7.....	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1: Variación neta de altas y bajas de empresas, 2019-2021.....	02
Figura N°2: Altas, bajas y stock de las empresas peruanas según su actividad económica, del cuarto trimestre 2021.....	03
Figura N°3: Altas y bajas de empresa de Lima y Callao, según su actividad económica, 2020 - 2021.....	04
Figura N°4: Conductores según nivel educativo (en porcentaje)	06
Figura N°5: Crecimiento de la productividad	07
Figura N°6: Planeación financiera en el marco de la planeación estratégica...26	
Figura N°7: Gráfico de administración presupuestal	58
Figura N°8: Gráfico de control interno	59
Figura N°9: Gráfico de gestión empresarial	60
Figura N°10: Gráfico de creación de valor	62
Figura N°11: Gráfico de estrategia de crecimiento	63
Figura N°12: Gráfico de competitividad empresarial	64
Figura N°13: Gráfico de información financiera	66
Figura N°14: Gráfico de riesgo financiero	67
Figura N°15: Gráfico de cultura organizacional	68
Figura N°16: Gráfico de innovación estratégica	70
Figura N°17: Gráfico de rentabilidad financiera	71
Figura N°18: Gráfico de participación de mercados	72
Figura N°19: Gráfico de planeamiento estratégico financiero.....	74
Figura N°20: Gráfico de productividad empresarial.....	75
Figura N°21: Prueba de chi-cuadrado N°1	78
Figura N°22: Prueba de chi-cuadrado N°2	80
Figura N°23: Prueba de chi-cuadrado N°3	81
Figura N°24: Prueba de chi-cuadrado N°4	82
Figura N°25: Prueba de chi-cuadrado N°5	84
Figura N°26: Prueba de chi-cuadrado N°6	85
Figura N°27: Prueba de chi-cuadrado N°7	87

RESUMEN

En la investigación se planteó como objetivo “determinar la incidencia del planeamiento estratégico financiero en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 – 2021”.

El universo ha comprendido todas las empresas del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial de la región Lima Metropolitana, empresas reguladas bajo las normas de MIPYME, en la investigación se utilizó “la metodología científica”, la encuesta digital como técnica para reunir datos fue realizado a 90 personas entre gerentes generales, gerentes financieros y contadores, lo cual ayudo a que los resultados y información obtenida clarifique la importancia de la investigación. Por último, se realizó el ingreso y tabulación de los resultados conseguidos en el sistema estadístico SPSS, que permitió validar el grado de confiabilidad del alfa de Cronbach y el contraste de las hipótesis planteadas bajo las pruebas de Chi-cuadrado con las tablas cruzadas.

Finalmente, se pudo determinar que el planeamiento estratégico financiero incide en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020-2021. Eso debido a que el planeamiento estratégico financiero ayuda a definir la visión, misión, valores y objetivos que tiene la organización; por este motivo se considera una herramienta crucial para promover el crecimiento como fortalecimiento de la misma, ya sea a corto, mediano y largo plazo.

Palabras clave: presupuesto, planeamiento estratégico, control interno, cultura organizacional, marketing digital, creación de valor, productividad empresarial.

ABSTRACT

The objective of the research was to “determine the impact of strategic financial planning on business productivity in the companies of the industrial safety articles commercialization sector, Lima region 2020 – 2021”.

The universe of this research has included all companies in the commercial sector of industrial safety goods in the Lima Metropolitana region, companies regulated under MIPYME standards, the research used the scientific methodology, the digital survey as a technique to gather information was carried out to 90 people among general managers, financial managers and accountants, which helps the results and information obtained clarify the importance of the investigation. Finally, the entry and tabulation of the results obtained in the SPSS statistical system was carried out, which allowed to validate the degree of reliability of Cronbach's alpha and the count of the hypotheses posed under the Chi-square tests with the cross-tables.

Finally, it was possible to determine that the strategic financial planning affects the business productivity in the companies of the sector of commercialization of articles of industrial safety, region Lima 2020-2021. This is because financial strategic planning allows defining “the vision, mission, values and objectives of the company; for this reason it is considered a crucial tool to promote the growth of the company in the short, medium and long term”.

Keywords: budget, strategic planning, internal control, organizational culture, digital marketing, value creation, business productivity.

INTRODUCCION

Esta investigación se realizó con la intención de analizar la incidencia a corto y largo plazo, del planeamiento estratégico financiero en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 - 2021.

La tesis comprendió seis capítulos:

Capítulo I, Planteamiento del Problema, donde se describe la realidad problemática por la que se está investigando la tesis a raíz de esa descripción se plantea el problema general y específicos, acompañado de los objetivos a alcanzar y se justifica el trabajo tomando en cuenta la importancia, viabilidad y las limitaciones en el transcurso de la tesis.

Capítulo II, El Marco Teórico, donde se encuentra el problema de la investigación, en las que se plasma un conjunto de conocimientos que nos permitió delimitar teóricamente los conceptos planteados sobre el planeamiento estratégico y la productividad empresarial en las compañías del sector comercialización de artículos de seguridad industrial , es decir que en este capítulo se hizo la definición teórica de la relación que se estableció entre las variables que se expusieron en el problema de investigación.

Capítulo III, Hipótesis y Variables, detalla la hipótesis principal y secundarias, determinados en función al objetivo general y específicos del trabajo de investigación y la operacionalización de las variables.

Capítulo IV, La Metodología, está compuesto por el diseño metodológico, la población y la muestra, donde se considera las técnicas de recojo de datos y procesamiento de los mismos, acabando con los aspectos éticos.

Capítulo V, Resultados, en este capítulo se considera las conclusiones, e interpretaciones de la toma de la encuesta (14 preguntas) su interpretación, análisis y gráfico; y se realizó la validez y fiabilidad de Alfa de Cronbach, obteniendo un grado alto de confiabilidad de 0.981. Asimismo, este capítulo incluye la contrastación de hipótesis, realizado a través de la aplicación de la distribución de Ji cuadrado.

Capítulo VI, Se presentan las discusiones, conclusiones y recomendaciones en base a los datos que fueron obtenidos del capítulo anterior. Donde se concluye que este planeamiento incide en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 – 2021.

Finalmente se presenta: las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

Durante los años 2020 y 2021, la recuperación económica de Perú sigue la misma tendencia que el resto del mundo: La relajación gradual de las restricciones impuestas por Estado y los avances en vacunación jugaron un papel decisivo en la recuperación económica.

Asimismo, cabe señalar que el sector de comercialización de artículos de seguridad industrial es uno de los sectores principales de la economía peruana que se encuentra dentro del rubro comercio al por mayor y menor, empresas constituidas jurídicamente en su mayoría como personas naturales con negocio y sociedades anónimas cerradas, siendo así, que son reguladas por las normas de MIPYME.

Se puede ver en la tabla 1, la clasificación de empresas según los niveles de ventas expresado en Unidades Impositivas Tributarias (UIT); las microempresas tienen ventas anuales menores a “150 UIT, las pequeñas entre 150 y 1,700 UIT, las medianas entre 1,700 y 2,300 UIT y las grandes empresas tienen ventas cada año, mayores a 2,300 UIT”.

Tabla 1

Número de empresas formales según tamaño empresarial 2021

Estrato empresarial	N° de empresas	Porcentaje (%)
Microempresa	2 130 127	95,9
Pequeña empresa	79 143	3,6
Mediana empresa	2 711	0,1
Total Mipyme	2 211 981	99,6
Gran empresa	9 182	0,4
Total	2 221 163	100

Nota: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) -

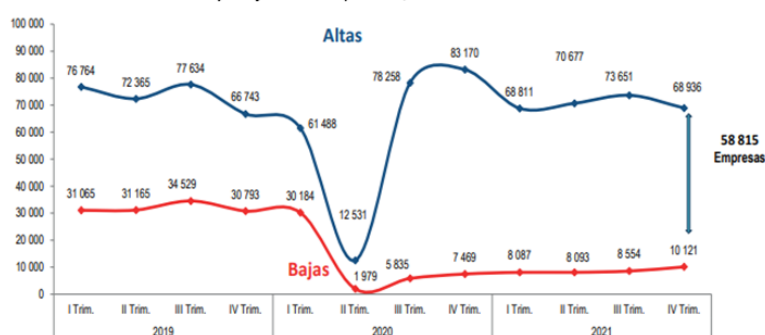
Registro Único de Contribuyentes, 2021.

Elaboración: PRODUCE-OGEIEE

Una de las características de las MIPYMES peruanas es la alta mortalidad empresarial, principalmente en los primeros años de creación, y que viene asociada a factores económicos, regulatorios e institucionales.

Figura 1

Variación neta de altas y bajas de empresas, 2019-2021



Nota. El gráfico muestra que, en comparación al trimestre anterior, en el IV trimestre de 2021, el número de altas disminuyó en 6.4% (4 mil 715 empresas) y la cantidad de bajas aumentó en 18.3% (1 mil 567 empresas). Por tanto, la variación neta, entendida como la diferencia entre el número de empresas creadas o reactivadas y las que se dieron de baja, en este último periodo se registró 58 mil 815 empresas. Tomado de Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Es por eso, que la cantidad de organizaciones que dejaron de funcionar definitiva o de forma temporal en el IV trimestre del 2021, en relación al total de organizaciones que finalizaron el tiempo, es decir la tasa elevada de caídas, dentro de las principales actividades económicas están las de rubro de comercio al por menor y mayor, empresa que forma parte de esta investigación.

Figura 2

Perú: stock, altas y bajas de las empresas según su actividad económica, IV trimestre 2021.

Actividad económica	Stock	Altas 1/	Bajas 2/	Tasa de altas (%) 3/	Tasa de bajas (%) 4/
Total	2 981 098	68 936	10 121	2,3	0,3
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	48 353	1 593	170	3,3	0,4
Explotación de minas y canteras	30 303	508	58	1,7	0,2
Industrias manufactureras	226 737	5 651	692	2,5	0,3
Construcción	96 097	2 701	99	2,8	0,1
Venta y reparación de vehículos	86 117	2 043	247	2,4	0,3
Comercio al por mayor	311 757	9 425	1 608	3,0	0,5
Comercio al por menor	926 946	20 695	3 623	2,2	0,4
Transporte y almacenamiento	182 644	4 072	944	2,2	0,5
Actividades de alojamiento	28 423	556	82	2,0	0,3
Actividades de servicio de comidas y bebidas	231 429	6 542	766	2,8	0,3
Información y comunicaciones	58 069	856	96	1,5	0,2
Servicios prestados a empresas	280 465	5 517	472	2,0	0,2
Salones de belleza	42 209	1 085	117	2,6	0,3
Otros servicios 5/	431 549	7 692	1 147	1,8	0,3

1/ Comprende a las empresas que se crean o se reactivan.

2/ Número de empresas que dejan de operar por el cierre o cese definitivo de sus actividades, suspensión temporal, fallecimiento en el caso de personas naturales y fusión o escisión en el caso de personas jurídicas.

3/ Es la relación de altas de empresas con el stock al final del período.

4/ Es la relación de bajas de empresas con el stock al final del período.

5/ Incluye otras actividades de servicios personales, actividades de salud humana, actividades inmobiliarias, artísticas, de esparcimiento y recreativas, enseñanza, financieras y de seguros, entre otras.

Nota. - *Extraído de Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Directorio Central de Empresas y Establecimientos.*

Asimismo, como se muestra en la figura 3, en “Lima Metropolitana y Callao, durante el IV Trimestre del 2021, según clasificación por actividad económica, en su mayoría las empresas que fueron dadas de alta realizaron actividades a nivel de comercio al por menor con 29,5%, seguido de comercio al por mayor con 15,1%, también otros servicios con 12,7%, seguido de industrias manufactureras con 9,2%, asimismo

servicios prestados a empresas con 8,6%, también las empresas de actividades de servicio de comidas y bebidas con 7,6% y finaliza las empresas del rubro de transporte y almacenamiento con un 5,7%, solo se está haciendo mención a los principales rubros.

Una distribución similar presenta las empresas dadas de baja en Lima Metropolitana y Callao (4 mil 666), del total de empresas, la mayoría se dedicaba al comercio al por menor (34,8%), seguido de comercio al por mayor (15,9%), otros servicios (12,3%), transporte y almacenamiento (10,9%), industrias manufactureras (7,8%), actividades de servicio de comidas y bebidas (6,4%) y servicios prestados a empresas (5,1%), entre las más relevantes.

Figura 3

Lima Metropolitana y Callao: Altas y bajas de empresa, según actividad económica, 2020 -2021.

Actividad económica	Altas			Bajas		
	2020	2021	Estructura % IV Trim. 2021	2020	2021	Estructura % IV Trim. 2021
	IV Trim.	IV Trim.		IV Trim.	IV Trim.	
Total	32 827	27 267	100,0	3 392	4 666	100,0
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	162	115	0,4	7	8	0,2
Explotación de minas y canteras	101	99	0,4	3	5	0,1
Industrias manufactureras	2 836	2 511	9,2	287	364	7,8
Construcción	1 078	851	3,1	33	47	1,0
Venta y reparación de vehículos	1 025	794	2,9	91	126	2,7
Comercio al por mayor	5 319	4 126	15,1	583	744	15,9
Comercio al por menor	10 445	8 126	29,5	1 215	1 634	34,8
Transporte y almacenamiento	2 322	1 551	5,7	307	509	10,9
Actividades de alojamiento	80	101	0,4	17	12	0,3
Actividades de servicio de comidas y bebidas	1 669	2 068	7,6	193	297	6,4
Información y comunicaciones	609	494	1,8	46	38	0,8
Servicios prestados a empresas	2 908	2 355	8,6	152	237	5,1
Salones de belleza	491	605	2,2	56	70	1,5
Otros servicios 1/	3 782	3 471	12,7	402	575	12,3

1/ Incluye otras actividades de servicios personales, actividades de salud humana, actividades inmobiliarias, artísticas, de esparcimiento y recreativas, enseñanza, financieras y de seguros, entre otras.

Nota. - *Extraído de Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Directorio Central de Empresas y Establecimientos.*

Dicho sector tomo mayor importancia al publicarse “la ley de seguridad y salud en el trabajo N 30222, en agosto del 2011 cuyo objetivo

principal es fomentar una cultura donde se prevenga los riesgos que puedan haber en el ámbito laboral en el Perú”, haciendo uso adecuado de los equipos de protección personal según el sector empresarial, al respecto se incrementaron la creación de este tipo de empresas, pero no son sostenibles en el tiempo ya que carecen de un adecuado Planeamiento estratégico financiero, lo cual les impide tener mayor participación en el mercado y ser rentables en el tiempo.

Asimismo, otros factores de vital importancia del que carece este sector son: trabajar con un presupuesto financiero, implementar puntos de control interno, diseñar su objetivo (misión/visión), apostar por la creación de valor, diseñar estrategia de crecimiento por canales de distribución y empezar a descentralizar sus operaciones a nivel de provincias, apostar por la diversificación de mercados impulsando con sus estrategias de márketing ofreciendo una propuesta de valor digital que los diferencie del resto de compañías del mismo sector (competencia).

Por lo que considero que el capital humano es el factor menos tomado en cuenta dentro de este sector ya que solo en las grandes empresas, los dueños tienen un mayor nivel de educación; 82,0% tiene al menos educación superior no universitaria y 17,6% tienen estudios de postgrado. En contraste, más del 32% de los conductores de las MIPYME no han tenido a educación superior y solo el 4,7% tiene estudios de postgrado.

Figura 4

Conductores según nivel educativo (en porcentaje)



Nota: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)

Registro Único de Contribuyentes, 2021.

Elaboración: PRODUCE -OGEIEE

Información que nos demuestra que dentro del sector de investigación carecen de profesionales competentes por las que su información financiera no cumple con las políticas y procedimientos contables resultando información no fiable que en el tiempo genera riesgo financiero a las empresas del sector y generan pérdidas que los llevan a decidir por la baja de la actividad económica o simplemente dejarlo al abandono.

Por lo tanto, la problemática sobre de qué manera “el planeamiento estratégico financiero se asocia con la productividad empresarial en las compañías del área de comercialización de artículos de seguridad industrial, reducen las posibilidades de desarrollo de las MYPE, afectando principalmente al crecimiento de la productividad y “al desarrollo de la innovación y por ende en el crecimiento económico del Perú”.

Después de décadas de alto crecimiento, la capacidad de creación de riqueza de la economía peruana se ha visto recientemente debilitada por muchos factores, que se manifiestan en la menor productividad de

nuestros recursos productivos, la ralentización de las inversiones en capital físico y la limitación del uso del talento y las habilidades peruanas.

De acuerdo con “el estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la productividad total de factores en Perú ha fluctuado negativamente en los últimos 45 años”.

Figura 5

Crecimiento de la productividad (en porcentajes)

	PBI	PBI por trabajador	Capital fijo por trabajador	PTF**
 Bolivia	3,2	0,4	0,9	0,1
 Colombia	4,0	0,9	1,6	0,2
 Ecuador	4,0	0,8	0,4	0,7
 PERÚ	3,2	0,1	1,2	-0,3
 Venezuela*	2,7	-0,6	2,2	-1,2

(*) Corresponde al período 2000-2014
 (**) Productividad total de factores

- Se expresa que para el periodo 1970-2015, cayo 0.3%, detrás de Ecuador (+0.7%), Colombia (+0.2%) y Bolivia (+0.1%). En el largo plazo, el resultado neto muestra un estancamiento secular en la productividad en el Perú. Esto es la causa principal de la falta de convergencia de su ingreso per cápita con el de economías más avanzadas. Entre las principales carencias que amplían la brecha de productividad entre países emergentes como el Perú con las economías más avanzadas están la existencia de déficits en áreas como infraestructura, educación, inversión en investigación y desarrollo, señala el estudio. Ruiz-Arranz precisa que la región andina, incluido el Perú, se caracteriza por la presencia de algunos síntomas de baja productividad y estancamiento que se distinguen por su magnitud y cierta variabilidad de país a país. Entre estos síntomas, en el Perú destaca el enanismo empresarial, la informalidad, el autoempleo, los altos costos laborales y la legislación laboral. Extraído de: (Arranza, 2018) Estudio “Creciendo con productividad, una agenda para la región andina”/BID.

Es por ello que, el panorama señalado líneas anteriores, y en vista de que la crisis del COVID-19 exacerba los problemas en la estructura de la región, aumenta la incertidumbre y los riesgos macroeconómicos, se prevé que el crecimiento económico aumente t comience a desacelerare

a partir de 2022. De hecho, se espera que el crecimiento mundial de desacelere, del 5,7 % en 2021 al 2,9 % en 2022, debido a que la guerra en Ucrania afecta “la actividad económica y comercial en el corto plazo y el retiro del apoyo de las políticas públicas en medio de una alta inflación”.

Asimismo, “se proyecta que el crecimiento mundial alcance el 3,0% en 2023, similar a 2022, ya que se espera que continúen muchos contratiempos, en particular los altos precios de las materias primas y el endurecimiento de la moneda” Las economías desarrolladas crecerán 4,2%; EE. UU. crecerá un 3,9% y la Eurozona un 4,6%. Los mercados emergentes y las economías en desarrollo crecerán un 5,1%, nuevamente impulsados por “los mercados y las economías emergentes de Asia (6,4%), incluida China (5,7%) e India (7,9%). Mientras tanto, las economías de América Latina y el Caribe crecerán solo un 1,9%” (Banco Mundial, 2022).

Por lo anteriormente indicado, el fin de este estudio es dar a conocer a los empresarios del sector que, al desarrollar un buen plan estratégico financiero, podrán establecer metas medibles y como resultado, crecerán y se transformarán logrando así resultados estructurados, orientados al negocio, siendo más productivos, competitivos y sostenibles en el tiempo.

Luego de describir la realidad problemática relacionado con el objeto de investigación, en cuanto a la metodología, la investigación se divide en los siguientes puntos:

a) Delimitación Espacial

El trabajo se llevó a nivel de empresas del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 - 2021.

b) Delimitación Temporal

Los periodos de tiempo que comprende el estudio fueron de enero a diciembre de 2020 y 2021, respectivamente.

c) Delimitación Social

De acuerdo a las indicaciones dispuestas en el proceso del estudio se usó la técnica “encuesta” para la recolección de datos, se aplicaron a: gerentes y contadores del área de finanzas y contabilidad en las organizaciones de dicho sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

d) Delimitación Conceptual

Variable Independiente

a. Planeamiento Estratégico Financiero

Según Castro (2014), es una técnica que conforma métodos, instrumentos y objetivos, buscando establecer dentro de una empresa pronósticos, así como metas económicas como financieras, las cuales permitirán alcanzarlos si se tienen previsto anticipadamente, pues es importante tomar en consideración los medios que se tienen para obtener dicho resultado, el cual será favorable a nivel de la organización. (p.2)

Variable Dependiente

b. Productividad Empresarial

Carro (2012), es el resultado de las acciones para alcanzar los objetivos que busca la organización, así como también un clima laboral apropiado, tomándose en cuenta la relación entre los colaboradores que intervienen y los resultados que se consigan. (p.1)

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿De qué manera el planeamiento estratégico financiero incide en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima Metropolitana 2020 - 2021?

1.2.2 Problemas Específicos

- a. ¿En qué medida la administración presupuestal incide en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?
- b. ¿De qué manera el control interno incide en el riesgo financiero en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?
- c. ¿En qué medida la gestión empresarial incide en la cultura organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?

- d. ¿En qué medida la creación de valor incide en la innovación estratégica en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?
- e. ¿De qué forma la estrategia de crecimiento incide en la rentabilidad financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?
- f. ¿De qué manera la competitividad empresarial incide en la participación de mercado en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Determinar si el planeamiento estratégico financiero, incide en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 - 2021.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a. Evaluar si la administración presupuestal incide en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.
- b. Determinar si el control interno incide en el riesgo financiero en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.
- c. Determinar si la gestión empresarial incide en la cultura

organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

- d. Determinar si la creación de valor incide en la innovación estratégica en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.
- e. Establecer si la estrategia de crecimiento incide en la rentabilidad financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.
- f. Determinar si la competitividad empresarial incide en la participación de mercado en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

1.4 Justificación de la Investigación

1.4.1 Importancia

Se justifica, porque permite el establecimiento de un adecuado planeamiento estratégico para mejorar la productividad empresarial, la cual se traduce en mayor crecimiento y calidad de vida en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, mejorando su imagen institucional.

Mediante un adecuado control presupuestal, mejorar los controles internos para mitigar los riesgos financieros y fortalecer la cultura organizacional.

Las empresas beneficiadas en primer orden son todas aquellas que integran el trabajo de investigación, tomado en cuenta en el capítulo

IV – 4.2 Población y muestra.

El trabajo de investigación puede servir representa una guía en la prestigiosa casa de estudios en el contexto académico y empresarial sector Retail.

1.4.2 Viabilidad de la Investigación

El estudio se considera viable por tener todos los recursos: Financieros (presupuesto), recursos materiales (útiles de escritorio) y recursos humanos (asesores). Lo mismo ocurre con la obtención de asesoramiento científico y técnico pertinente.

1.5 Limitaciones

El limitante encontrado fue la carencia de fuente bibliográfico en temas de carácter específicos, para empresas del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial.

CAPITULO II: MARCO TEORICO

Antecedentes de la Investigación

Mediante la realización de una búsqueda absoluta en los libros académicos, revistas, periódicos y repositorios que contengan o guarden relación con el estudio sobre “El planeamiento estratégico financiero y su incidencia en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 – 2021”, Se encontró que los siguientes trabajos se han utilizado como referencias para desarrollar un marco teórico que proporciona algunos criterios útiles para lograr los objetivos establecidos.

2.1.1 Antecedentes Nacionales

Quiroga, Neyra, & Vilcapoma (2019) en su investigación: “Planeamiento Estratégico de la Empresa Grupocontext Perú. (2019-2023)” para la obtención del Grado Académico de Maestro en Administración de Negocios en la Escuela de Post grado de la Universidad San Ignacio de Loyola – Perú, tuvo como objetivo principal fortalecer la unidad comercial como financiera, buscando el crecimiento de las ventas, la rentabilidad y el ingreso al mercado, para poder darle valor al Grupo CONTEXT Perú (2019-2023)”.

Asimismo, el estudio tiene como fin identificar y realizar cambios para mejorar los procesos internos, dado que la marca necesita reconocimiento y también mejorar la participación en el mercado, para mejorar y realizar cambios tanto internos como externos y a la vez plantear objetivos, los cuales son fundamentales para realizar un análisis financiero y por ende tener un beneficio estratégico, el cual será elegido para que sea factible.

El cual llegó a la conclusión que la investigación tiene “las ventajas competitivas de la empresa son el servicio postventa, fidelización y confianza de los clientes, esto se identificó realizando encuestas que fueron acopiadas para que los clientes dieran su opinión, dando como resultado que el 100% de ellos recomendaría a sus familiares y demás que el servicio que se brinda es de calidad.

Por otro lado, la organización tiene como meta el

mejoramiento en todos los aspectos, así como el posicionamiento en el mercado, buscando nuevas estrategias, las cuales le ayudarán a mejorar y así lograr una mejor rentabilidad en el sector empresarial, además es necesario generar mayor valor leal con sus clientes y sus trabajadores.

Salazar (2018) en su investigación: “Propuesta de Plan Estratégico Financiero y la Incidencia en la Toma de Decisiones y Rendimiento de Empresas Constructoras” para la obtención del Grado Académico de Magister en Finanzas Empresariales en la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de Piura – Perú, Su objetivo principal de la investigación es determinar la influencia del plan estratégico financiero en la toma de decisiones y rendimiento de empresas constructoras, analizar la situación económica a través de la aplicación de ratios financieros de liquidez, solvencia y rentabilidad que inciden en la toma de decisiones de la empresa, proponer estrategias financieras que contribuyan a mejorar la calidad en la toma de decisiones gerenciales del sector constructor y realizar análisis de los principales estados financieros como: estado de situación financiera, estado del resultado integral del periodo, estado de cambios en el patrimonio, estado de flujo de efectivos.

El investigador concluye que el análisis financiero, así como la planificación son importantes para el crecimiento de la empresa, el cual le favorece, dado que aplicar una buena toma de decisiones

fortalecerá las medidas que son tomadas en cuenta para su buen funcionamiento de la organización, además el objetivo planteado da a conocer como los empresarios toman en cuenta la importancia que tiene el análisis financiero porque eleva el rendimiento de las inversiones que se pudiera realizar y de esta manera conseguir satisfacer las diferentes necesidades que tiene el mercado, es por ello que el control también toma participación porque es útil para regular las diferentes políticas que tiene la empresa, porque es vital para gestionar los recursos financieros y así lograr la competitividad que desea alcanzar en el mercado internacional como nacional.

Es por ello, que los datos dan a conocer que los ratios, inciden positivamente en la toma de decisiones, la cual es necesario para alcanzar los parámetros, reflejando variaciones y lograr una herramienta que es vital para tomar decisiones y tener un servicio rápido y la gestión sea de calidad tanto económica como financiera, redundando favorablemente en la imagen de la empresa.

Quispe (2018), en su investigación: “Plan Estratégico Financiero y la Rentabilidad Durante los Periodos 2018 -2022 en la Empresa Tai Loy S.A., Ubicada en Lima – Perú” para la obtención del Grado Académico de Maestro en Finanzas Corporativos en la Escuela de Postgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas Lima – Perú, su objetivo principal de la investigación es realizar una implementación estratégico financiero, el cual está

encaminado a lograr la rentabilidad y competitividad que necesita la empresa para poder competir, dado que el diagnostico financiero de la empresa actualmente es en crecimiento, pero también debe tomar en cuenta los diversos gastos operativos y de esta manera determinar la importancia de expandirse a nivel nacional con franquicias que le darán el empuje necesario y lograr mejor posicionamiento en el mercado.

El investigador concluye que la empresa tiene como plan estratégico el expandirse con aperturas de tienda como mínimo o máximo de 6 a 10, el cual es poco rentable para los accionistas, porque lo que desean es que sea rentable a corto plazo y lo más rápido posible, pero es necesario tomar en cuenta que los gastos a nivel operativo que surgirán puede impactar en los resultados que espera la empresa, es por ello, que se debe planificar, teniendo en cuenta lo que implica una expansión, sin tener en ello deudas, que es lo que puede suceder y además no contar con el capital suficiente, haciendo que demore, por tanto es necesario que se gestione de manera adecuada y con eficiencia los recursos que tiene la Tay Loy y así lograr los objetivos y obtener un resultado financiero favorable y que sea de satisfacción para todas las partes.

2.1.2 Antecedentes Internacionales

Johan (2020) en su investigación: “La Planeación Estratégica como Herramienta para Incrementar la Productividad y Sostenibilidad de las Empresas. CASO: Dos Grandes Empresas

del Sector de Servicio de Aseo y Mantenimiento de Instalaciones en Bogota” para la obtención del Grado Académico de Magister en Administración en la Escuela de Postgrado de la Universidad Fundación Universidad de América Bogotá D.C. – Colombia, Su objetivo principal es analizar los diferentes aspectos que tiene la planeación estratégica, el cual es una herramienta para aumentar la sostenibilidad de la institución que presta servicios de aseo y mantenimiento en dicha ciudad.

Además, los procesos, implementación y seguimiento para una planeación estratégica del sector de servicios, para poder desempeñarse financieramente y así obtener sostenibilidad y proponer herramientas que sean eficiencia, eficacia y efectividad de procesos como diseño, implementación y seguimiento de dicha planeación para este sector empresarial, la cual está basado en las buenas prácticas del estudio; el autor concluye que se planteó dicha propuesta dado las herramientas metodológicas que tiene dicha planeación para estas organizaciones;

Javier (2019) en su investigación: “El Proceso Estratégico de la Empresa: Revisión General del Marco Teórico, Propuesta de un Nuevo Modelo y Contrastación del Mismo Mediante un Estudio Empírico en el Caso de Empresas Tecnológicas de Internacionalización Acelerada de la Comunidad de Madrid” para la obtención del Grado Académico de Doctor en el Programa de Doctorado en Económica y Empresa de la Universidad Autónoma

de Madrid – España, Esta tesis doctoral tiene por objetivo profundizar y comprender el proceso estratégico de la organización, buscando dar respuesta a aquellas cuestiones que han sido formuladas actualmente en este campo; pues se ha establecido objetivos concretos, para cuya secuencia se usó las metodológicas más apropiadas.

Tal es así, que el objetivo del estudio es profundizar para poder comprender el proceso estratégico que tiene previsto realizar, buscando dar respuesta a diversas situaciones, las cuales son importantes para su desarrollo, pues se debe implementar estrategias para que favorezca el crecimiento y desarrollo, así como la integración de las diversas teorías como el proceso de formación para así verificar la validez del modelo que se pretende plantear, realizando el estudio correspondiente.

Chango (2020) en su investigación: “La Planificación Financiera y su Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Bluecorp S.A. año 2022” para la obtención del Grado Académico de Magister en Finanzas y Economía Empresarial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil – Ecuador, Esta tesis tiene por objetivo realizar el análisis financiero de la empresa Bluecorp S.A. de los periodos 2010 al 2019, el cual servirá como base para poder diseñar la planeación financiera para el año 2022, y así optimizar la rentabilidad mediante estrategias que se elaboran a través del Balance Scorecard, que ayudará en la obtención de un control

eficaz y a la vez una correcta toma de decisiones.

Como se puede apreciar de lo indicado por el autor, los objetivos que tienen planeados lograr, se establece mediante la planificación financiera, el cual ha sido favorable para su rentabilidad y liquidez, logrando estrategias financieras dentro del cuadro de mando integral; además se contruyó en relación a lo “encontrado en la caracterización de la organización como el análisis financiero”, para lo cual se realizó el recojo de las diferentes estrategias administrativas así como financieras, las cuales ayudan a construir un mando integral, que contará con indicadores de medición, metas, iniciativas de acción y responsables que ayuden al crecimiento y por ende a la rentabilidad de la organización, pues con una correcta gestión financiera, se podrá medir y por ende, permitirá controlar que se cumpla con todos los requerimientos que se necesita para alcanzar una planificación apropiada el año 2022.

Bases Teóricas

Para la elaboración de esta investigación se consideró diferentes teorías, así como opiniones de autores y especialistas que son expertos en la materia, cuyos conceptos servirán de guía mientras se desarrolla la tesis.

2.2.1 Planeamiento Estratégico Financiero

Castro (2014); mencionan que el contexto histórico de las finanzas está relacionado con el financiamiento e inversiones requeridas para incrementar el valor de las empresas, sin embargo, esto no siempre ha

sido así desde “la crisis de 1929 en EE.UU., cuando varias de estas quebraron”. Además, es importante analizar y evaluar la situación financiera de la empresa, sobre esa base, desarrollar un plan financiero para resolver la tarea de levantar capital (con el criterio de utilizar la fuente al menor costo posible). costes y posibles plazos de pago), tomando en cuenta los relativos a la asignación de capital a los activos que tiene la empresa, es decir, sus inversiones.

Castro (2014); las decisiones de financiamiento e inversión combinadas se enfocan a aumentar los beneficios de las empresas. “De 1950 a 1959, la gestión financiera tomó la forma que tiene hoy. El papel del CFO ya no es solo recibir dinero, sino usarlo específicamente. Los departamentos técnicos tienen menos influencia sobre las opciones de inversión que en el pasado. El balance es ahora más ligero que el estado de resultados y el flujo de caja es más pesado que las ganancias por acción.

Finalmente, el planeamiento estratégico financiero en los últimos años cobro mucha más importancia ya que permite plantear las metas a corto y largo plazo dentro de un plan estratégico el cual sirve de guía para la toma de decisiones enfocadas en el cumplimiento de estas, políticas específicas, tiempos planteados y recursos asignados.

Marco legal. -

a. Ley General de Sociedades N° 26887

Artículo 2°. - Ámbito de aplicación de la Ley. - Toda sociedad

deberá adoptar una de las formas prescritas por esta ley. Las sociedades acogidas a un régimen jurídico también están sujetas a lo dispuesto en esta Ley. La generalidad de las cosas en cualquier forma se rige por las disposiciones pertinentes del Código Civil.

Artículo 3°. - Modalidad de constitución. - La sociedad anónima creada simultáneamente en un solo acto por los socios fundadores o sucesivamente a solicitud de terceros incluidos en el programa de constitución presentado por los fundadores. Una sociedad colectiva, las sociedades en comandita, la sociedad comercial de responsabilidad limitada y las sociedades civiles sólo pueden constituirse simultáneamente en un solo acto.

Artículo 11°. - Objeto social. – La Compañía restringe sus actividades a aquellos negocios o actividades legítimas cuya descripción detallada constituye el objeto de la compañía. Las actividades conexas que contribuyan al logro de sus fines se consideran alineadas con el objeto social, aun cuando no se encuentren expresas en los documentos constitutivos o estatutos. La sociedad no puede tener por objeto la realización de actividades para las cuales la ley se aplica únicamente a otras personas jurídicas o naturales.

Artículo 14°. – Nombramientos, poderes e inscripciones. – El director general o los gerentes de la sociedad, en su caso, ejercen los derechos generales y particulares de representación legal

previstos en el Código de la Propiedad únicamente en el momento de su designación, salvo disposición en contrario del estatuto.

Normas que amparan a todo ciudadano y le da la libertad de constituir una empresa según la actividad económica más rentable con el fin de generar ingresos en el corto y largo plazo, como es en el sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, rubro que suma en el crecimiento económico del país.

- b. Ley de seguridad y salud en el trabajo N°30222**, publicado en agosto del 2011, cuyo objetivo principal es fomentar una cultura de prevención de riesgos laborales en el país, Para ello, cuenta con el deber de prevención de los empleadores, el rol de fiscalización y control del estado y la participación de los trabajadores.

La presente Ley es aplicable a todos los sectores económicos y de servicios; comprende a todos los empleadores y los trabajadores bajo el régimen laboral de la actividad privada, publica y fuerzas armadas, policía nacional y trabajadores por cuenta propia en todo el territorio nacional.

Ley que dio empuje a la creación de más empresas del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial y crecimiento a las empresas que ya se encontraban dentro del sector.

- c. La ISO 45001- 2018**, es la nueva norma internacional que proporciona un marco para gestionar y mejorar continuamente la

seguridad y salud laboral (SSL) dentro de la organización, independientemente de su tamaño, actividad y ubicación geográfico.

Marco Conceptual –

Riofrio, Viñan, & Aguilar (2017) sostienen que la planeación financiera es una herramienta muy importante para las empresas, ya que es la base para que estas surjan. En muchas empresas, esta pregunta se ignora y se enfoca en diferentes aspectos de la vida diaria. Es importante que las empresas establezcan meta básica para incrementa sus utilidades y sustento en el sector económico en el que se desenvuelven cada persona jurídica.

La planificación financiera es el proceso de analizar las inversiones futuras, las finanzas, los ingresos, los costos, las ganancias y los flujos de efectivo de una empresa. Plan para el futuro de la empresa.

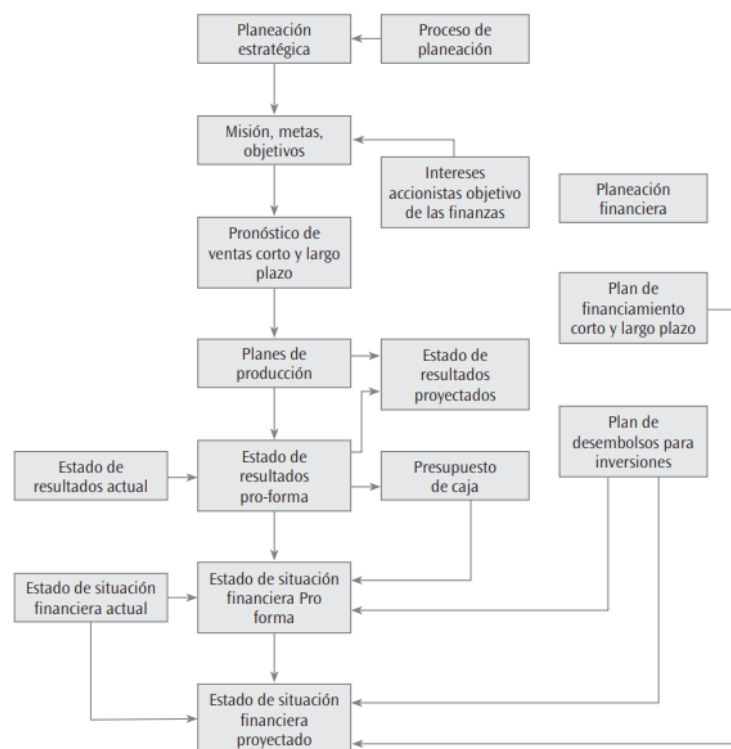
La planeación financiera es la parte de la administración financiera que tiene como objeto el estudio, evaluación y proyección del futuro de un organismo social, o bien, es la técnica que aplica el profesional para la evaluación de una empresa y así tomar decisiones acertadas, o también es la herramienta que aplica el administrador financiero para la evaluación proyectada, estimada o futura de una compañía pública, privada, social o mixta y que sirve de base para la toma de decisiones acertadas. Román (2012).

La planeación financiera es un planteamiento de lo que se hará en el futuro, es un medio de visualizar sistemáticamente el futuro y anticipar los posibles problemas que se pueden presentar, además establece objetivos financieros, establece la manera como se lograrán los objetivos y proporciona estándares para medir resultados. Villarroel (2013).

En pocas palabras, la planificación financiera es una forma de comprobar la viabilidad de los objetivos y planes. Una adecuada planificación financiera toma en cuenta todas las partes de la empresa, sus políticas y decisiones relacionadas con aspectos tales como: liquidez, capital de trabajo, reservas, presupuesto de capital, estructura de capital y dividendos. La planificación financiera es la base para quién

Figura 6

Planeación financiera en el marco de la planeación estratégica



Nota: extraído de Castro (2014)

Utilidad

La planeación financiera es útil para:

- ✓ Analizar la influencia mutua entre opciones de inversión y financiamiento de la empresa.
- ✓ Proyectar las consecuencias futuras de las decisiones presentes.
- ✓ Permite decidir cuál es la mejor opción.
- ✓ Comparar el comportamiento posterior con los objetivos establecidos en el plan financiero.

Uno de los objetivos principales de la planificación financiera es prevenir lo inesperado y desarrollar planes de contingencia para medir lo que sucederá con el negocio. La planificación financiera está dirigida a mantener el equilibrio económico en todos los niveles de la empresa, tanto en áreas operativas como estratégicas. La estructura operativa se construye sobre la base de participar en la estrategia. También se puede mencionar que la planificación financiera es esencial para desarrollar estrategias comerciales, seleccionar estrategias operativas y financieras y predecir resultados utilizándolas para monitorear y evaluar el desempeño, así como para crear planes de contingencia. Villarroel (2013).

Enfoques de la Planeación Financiera

Según, Villarroel (2013); Dice, la planeación Financiera tiene un enfoque en la inversión agregada dependiendo de la línea de negocio. Así es como el proceso de planificación a largo plazo ve la inversión

de capital global a través de dividendos o unidades de negocio. Una gran cantidad de proyectos de inversión más pequeños se incluyen y tratan como un solo proyecto. En la planeación financiera se enfoca a:

- Conseguir objetivos deseados en los negocios.
- Herramienta de control de la alta dirección.
- Consideración de aspectos de incertidumbre.
- Enfrentar a un futuro incierto.

Clases de Planeación Financiera

Villarroel (2013); Existen dos tipos de planeación financiera a corto plazo y a largo plazo. La planificación financiera a corto plazo rara vez dura más de un año. El objetivo de la compañía es asegurarse de que usted tenga suficiente dinero para pagar sus cuentas y que el préstamo a corto plazo y los términos del préstamo de la compañía estén a su favor. En el proceso de planificación a largo plazo, solo se tiene en cuenta la inversión total del negocio. Se agrega una gran cantidad de pequeños proyectos de inversión y se integran en un solo proyecto.

a. Planeación Financiera a Corto Plazo

Según, Villarroel (2013); La planeación financiera a corto plazo se encarga directamente de los activos y pasivos menores a un año. Tanto activos como pasivos a corto plazo.

El presupuesto anual es la herramienta más importante para la planeación a corto plazo, en la cual se debe considerar:

- ✓ Presupuesto de Ingresos.
- ✓ Presupuesto de Egresos.
- ✓ Presupuesto de Ventas.
- ✓ Presupuestos de Otros Ingresos.
- ✓ Presupuesto de Efectivo
- ✓ Presupuesto Financiero

b. Planeación Financiera a Largo Plazo

Villarroel (2013); La planificación financiera a largo plazo define el marco de desarrollo de la empresa en función del ritmo de crecimiento del activo, de las modalidades de financiamiento (interno y externo), y condiciones de equilibrio financiero. Este tipo de plan consta de dos partes. El primero es analizar la situación en el mundo, y el segundo es preparar un programa detallado que facilitará la adquisición de información y los resultados duraderos. Implementar este proceso requiere formular políticas, así como controlar su implementación, lo que será tarea de la planificación financiera de corto plazo.

Los objetivos de la empresa mediante la planeación financiera a largo plazo son:

- ✓ Proporcionar una imagen de lo que será la empresa.
- ✓ Mantener un curso sostenido de acción.
- ✓ Tomar de decisiones.
- ✓ Evaluar el factor humano clave.

- ✓ Facilitar el financiamiento futuro.
- ✓ Evaluar el futuro de la empresa.

Planeación Estratégica Financiera

Villarroel (2013); Todo plan financiero debe tener como referencia y estar integrado al plan estratégico de la organización, un plan estratégico tiene 5 componentes:

- a) Organización del Proceso:** Definición de la visión estratégica, la misión de la empresa. Se define hacia donde debe dirigirse, es la identidad de la empresa.
- b) Definición de Objetivos:** Se trata de traducir la visión y misión estratégica de la empresa en resultados tangibles que puedan medir el progreso de la empresa u organización.
- c) Creación de una Estrategia** ¿A dónde queremos llegar?, si lo realiza con el objetivo de alcanzar los resultados deseados. Los objetivos son los fines y las estrategias son los medios para lograrlo.
- d) Implementación de las Estrategias** ¿Qué tenemos que hacer para aplicarlo?
- e) Evaluación del Desempeño y Efectuar Ajustes Correctivos.**

La estrategia financiera de la empresa es el plan de acción para lograr y mejorar el buen desempeño financiero.

Una meta financiera es un compromiso que conduce a un aumento en las ganancias del negocio, una reducción en los niveles de deuda, un aumento en los dividendos, un aumento en el precio de las acciones o un

buen flujo de caja. El logro de resultados financieros es crucial, porque sin ellos, la realización de la visión empresarial y su existencia estarían en riesgo.

Al inicio del proceso de la planeación financiera, la empresa suele pedir a cada área tres planes de negocios que abarquen los cinco años siguientes:

1. Plan de crecimiento emprendedor con inversiones de capital y productos nuevos
2. Plan de crecimiento en el cual cada área crezca de forma paralela a sus mercados, pero no a expensas de la competencia.
3. Plan de reducción y especialización creado para minimizar los desembolsos de capital exigido.

2.2.2 Productividad Empresarial

ON-TIME (2019) Tal fenómeno de trabajo ha existido desde que el hombre era hombre. Sin embargo, para estudiar la historia de la productividad como disciplina bajo análisis, hay que remontarse al siglo XVIII. Al comienzo de la revolución industrial, posiblemente el padre de la economía moderna desarrolló su negocio. Adam Smith llamó la atención sobre la idea de que la especialización es esencial para aumentar la productividad.

Luego, entre finales del siglo XIX y principios del XX, ocurrió una realidad similar. Por primera vez, existen aproximaciones científicas al

análisis del fenómeno del trabajo desde un punto de vista científico. Aquí es donde despegó la historia de la productividad.

ON-TIME (2019), También cree que los nombres de figuras como Frederick Taylor, Henry Fayol, George E. Mayo y Henry Gant fueron prominentes durante este período. Todos ellos hicieron los primeros análisis serios de lo que se llama organización científica o gestión. Con control de tiempo, operaciones programadas y asignación de tareas, puede reducir el tiempo de inactividad de los empleados y aumentar la productividad en su planta.

La pareja creada por Frank y Lillian Gilbreth luego pasó a reducir el tráfico innecesario y optimizar los flujos de trabajo.

Henry Ford imbuido del espíritu de mejora de procesos. Así que desarrolló una línea de montaje continua para la producción de sus coches. La fuerte apuesta por la mecanización permite a la empresa acortar tiempos y costes, reducir precios y aumentar la competitividad, convirtiéndose en pocos años en líder del mercado de la automoción.

Años más tarde, otros competidores de Ford, como General Motors, intentaron introducir mejoras en los sistemas de control y producción, propias de lo que se conoció como "Fordismo". Esto les permitió consolidarse como el líder mundial en la industria automotriz antes del fenómeno Toyota.

La industria automotriz japonesa se unió tarde a esta carrera automovilística, pero pronto aprendió y aprendió mucho. Trató de

defenderse de la competencia en el campo mediante el desarrollo de un esquema innovador para analizar el fenómeno del trabajo. Taiichi Ohno, ingeniero industrial de Toyota, ha logrado desarrollar su propio sistema de mejora de la calidad: el Sistema de Producción de Toyota (TPS). Se basa en los principios de Just-In-Time (JIT: lo que se necesita, cuando se necesita y en la cantidad requerida) y Jidoka (detección y resolución inmediata de problemas en producción para evitar errores).

De esta forma, es posible eliminar desperdicios y estandarizar procesos para flexibilizar su estructura, adaptarse a la demanda, reducir inventarios y costos. Al combinar este sistema con la filosofía de kaizen (mejora continua), se sentaron las bases de la cultura de manufactura esbelta como modelo para un desempeño óptimo.

Margos Legales. -

- a) Constitución Política del Perú**, aprobada el 30 de diciembre de 1933. El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa comercial e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni la salud, ni a la seguridad pública (artículo 59).
- b) Texto único ordenado del Decreto Legislativo N° 728, ley de productividad y competitividad laboral – Decreto supremo N°003-97-TR.**

Artículo 1° Son objetivos de la presente Ley:

- Fomentar la capacitación y formación laboral de los trabajadores como un mecanismo de mejoramiento de sus ingresos y la productividad del trabajo;
- Propiciar la transferencia de las personas ocupadas en actividades urbanas y rurales de baja productividad e ingresos hacia otras actividades de mayor productividad;
- Garantizar los ingresos de los trabajadores, así como la protección contra el despido arbitrario respetando las normas constitucionales; y,
- Unificar las normas sobre contratación laboral y consolidar los beneficios sociales existentes.

Artículo 3° El ámbito de aplicación de la presente Ley comprende a todas las empresas y trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada”

Ley de productividad y competitividad cuyo objetivo principal “es propiciar las competencias de los empleados para potenciar su desempeño laboral, así como protegerlo contra el despido arbitrario, respetando las leyes constitucionales”.

- c) **Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial – Ley 30056**, la presente ley tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la

competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que impulsen el emprendimiento y permiten la mejora de la organización empresarial junto con el crecimiento sostenido de estas unidades económicas (artículo 1).

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales: **Microempresa** sus ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT, **pequeña empresa** sus ventas anuales deben ser superiores a 150 UIT y **mediana empresa** cuando sus ventas anuales son superiores a 1,700 UIT. (artículo 5).

Se menciona la presente ley ya que el sector de investigación como son las empresas del sector comercialización de implementos de seguridad de artículos de seguridad industrial abarca las empresas del sector MIPYME.

Marco Conceptual --

Inicie y mejore su negocio (IMESUN) (2016); Sostienen que “la productividad tiene como principal objetivo el de optimizar como innovar

los recursos, los cuales ayudan al incremento del valor agregado, los cuales son añadidos a los productos como servicios que son necesarios para la empresa.

Es por ello que, para optimizar la productividad, el dueño de una empresa, tiene que realizar dos cosas:

- Incrementar la producción sin tener que cambiar el volumen de los insumos de entrada que son producir y, por tanto, incrementar las ventas.
- Minimizar la cantidad de los insumos de entrada sin tener que cambiar la producción.

El resultado obtenido, da entender que los recursos que ingresan es el resultado de la productividad de aquellos insumos; por tanto, este tiene que ver con lo programado por la empresa, pues al ser útiles sus recursos, ello aumentará su producción, eficiencia y por tanto su rentabilidad.

Todo lo relacionado con la productividad concierne a los colaboradores que laboran en la organización, son de diferente índole, dado que algunos pueden ser más productivos que otros, por tanto, los trabajadores que no tienen un rendimiento apropiado, la empresa verá afectada su economía; en cambio si son productivos y eficaces el negocio crecerá y prosperará, siendo beneficiosos para ambas partes.

Los Factores que Influyen en la Productividad

Carro (2012); “La productividad se puede optimizar al producir y vender más (crecimiento de la producción) y/o a través de la disminución del costo de los productos usados (minimización de los insumos que se utilizan para la entrada)”.

Aumentar la productividad no es una tarea fácil. Considere formas de disminuir los insumos aumentando la producción sin tener consecuencias desfavorables. Los buenos resultados se logran cuando se tienen en cuenta en este caso, la inversión como la producción. Es necesario elegir el área adecuada para intervenir.

1. Primero tendrá que identificar los factores que influyen en la productividad.
2. Se tendrá que escoger las áreas determinadas en las que se puede realizar mejoras.
3. Se utilizará estos indicadores para medir hasta qué punto realmente se puede hacer mejoras.

Carro (2012); menciona que aquellos factores que tienen relación con la productividad se dividen en internos y externos”:

- a) **Los factores internos** son aquellos donde el empresario tiene control, dado que tienen relación con los insumos, la calidad que debe tener, precio adecuado, equipo óptimo, mercadería de calidad, utilización de energía, terminando con las habilidades y la

motivación que reciben los colaboradores en el área de almacenamiento e implementación de los mismos, entre otros.

- b) **Los factores operativos externos** son aquellos factores que no puede manejar el propietario de una empresa como es el acceso a una infraestructura óptima, el clima, la rotación que se dan en el mercado, los tributos que pueden subir o bajar, pues no puede hacer nada ante dichas situaciones, solo seguir operando con todos los cambios que se presenten, pues mientras las empresas se adapten y puedan seguir adelante realizando algunos cambios como reubicación o giro, entre otros y sus trabajadores sigan dando lo mejor cada día para sobresalir a pesar de las adversidades que se pudieran presentar, pues el trabajo es importante para que las organizaciones crezcan y se fortalezcan a pesar de las negativas que pudieran presentarse, pues los talentos competentes y productivos son los que llevarán a flote a la empresa y por tanto, crecerá su productividad, optimización y por ende la rentabilidad, la cuales favorecedor para todo el sector empresarial.

Indicadores de la Productividad

Además, para la obtención de indicadores deben estar ligados con la mercancía o productos de la organización; es por ello, que las consideraciones principales para elegirlo son:

- Los indicadores deben ser coherentes con el tipo de organización que Ud. dirige y la forma en que opera su negocio.
- Se debe reaccionar de manera apropiada a los cambios en los

productos e insumos de su organización.

- Se depende del uso adecuado de la información que se tiene, los cuales tienen que ser fáciles de recoger, y así lograr la medición de la productividad.

Definiciones de Términos Básicos

2.3.1 Planeamiento estratégico financiero

Gestión Financiera

Terrazas (2009); menciona que es aquella actividad que se desarrolla dentro de una empresa y tiene como función planificar, organizar, dirigir, controlar y por último monitorear todas las actividades de administración de los recursos financieros para el beneficio y/o resultado superior. El objetivo es el funcionamiento eficiente de la organización, apoyando la toma de decisiones económicas sólidas y creando oportunidades de inversión para la empresa.

Presupuesto

Terrazas (2009); indica que “es una herramienta importante para poder organizar las actividades y costos envueltos para que funcione una organización; además es una actividad con anterioridad que intenta materializar los recursos económicos para las diferentes actividades que se pudieran presentar de acuerdo a objetivos planteados.

Decisiones Financieras

Según Apaza y Barrantes (2020); Dirigir una organización debe implicar tomar diversas decisiones al día, como puedes imaginar. Las decisiones que deben tomarse con respecto a la estructura de capital se conocen como decisión de financiación. Aprendamos un poco más sobre los tipos de decisiones de financiación.

Capital de Trabajo

Según, Apaza y Barrantes (2020); puede entenderse como aquel capital que requiere la organización para financiar sus activos corrientes. Representa los medios que la empresa utiliza para financiar de manera efectiva sus operaciones de rutina, es decir, las operaciones comerciales del día a día. Esto es útil para evaluar la liquidez operativa de una empresa, que es la eficiencia con la que una empresa puede cubrir sus pasivos circulantes con activos circulantes.

Análisis Financiero

Según, Apaza y Barrantes (2020); Esta es un área que ofrece diferentes perspectivas sobre los datos financieros de una empresa. Ayudándole a obtener información y acción para mejorar el rendimiento de su negocio; afecta cada parte de su negocio. Además, “juega un rol muy trascendente en el cálculo de la rentabilidad de toda organización”. El análisis financiero lo ayuda a

contestar todas las interrogantes que están relacionadas con su negocio y le permite predecir el futuro de su negocio.

Rentabilidad

Según, Apaza y Barrantes (2020); La rentabilidad se refiere a rendimiento que la empresa obtiene de la cantidad invertida en la empresa. Hoy en día, muchas personas usan su negocio para obtener ganancias porque las inversiones realizadas de cualquier otra manera producirán menos retorno que un negocio. Además se ve afectada por muchos factores, como los precios, las tendencias del mercado, los activos, los pasivos, los gastos, etc.

Costo de Capital

Según, Apaza y Barrantes (2020); Este es el ingreso necesario para poder justificar cuando se requiere construir o implementar una nueva fábrica, debiéndose tener en cuenta la inversión que se realizará que es el costo del capital, tomando en cuenta cual es el financiamiento que tiene la organización para realizar tal emprendimiento.

Retorno Sobre Capital Empleado

Según, Apaza y Barrantes (2020); El rendimiento del capital invertido es una medida del rendimiento financiero y se calcula dividiendo el beneficio neto por el capital. Dado que el capital es igual a los activos de una organización menos sus pasivos, el rendimiento

del capital invertido puede catalogarse como el de los activos totales.

Planificación

Apaza y Barrantes (2020); afirma que es un aspecto de una estrategia financiera corporativa. Pocos negocios u organizaciones pueden operar sin tener una idea de la dirección. La primera parte de la planificación de una estrategia financiera corporativa es examinar donde se encuentra actualmente. Después de eso, examinar donde se quiere ir, lo que en efecto significa que se está estableciendo un objetivo, Para alcanzar la meta, se establezca una serie de hitos para medir el progreso.

Control interno

De acuerdo a la Norma Internacional de Auditoría 400 (2016); las políticas como procedimientos que son tomados en cuenta para realizar una gestión en una empresa, tiene como fin alcanzar los objetivos y de esta manera garantizar en lo posible las operaciones comerciales que puedan realizar, las cuales deben estar en orden, dado que se tiene que cumplir con todos los procedimientos y requisitos, dado que se tiene que proteger, prevenir estafas, pues por encima debe estar la seguridad y honradez de los registros contables, que deben tener la información financiera requerida.

Gestión empresarial

Apaza y Barrantes (2020); establece que “es aquel proceso

que tiene como objetivo planificar, integrar, organizar, dirigir y controlar aquellos recursos que son importantes como (intelectuales, humanos, físicos, económicos, etc.) para alcanzar el máximo beneficio o lograr su objetivo.

Estrategia de crecimiento

Según, Terrazas (2009); Comprende el proceso de creación de actividades de alto impacto que contribuyan a poder posicionar a la organización en el mercado y al logro de los objetivos organizacionales.

2.3.2 Productividad empresarial

Gestión de Recursos Humanos

Inicie y mejore su negocio (2016); indica que “es un proceso de reclutamiento estratégico, acompañado de capacitación, apoyo profesional (coaching), motivación y por tanto la recompensa a los empleados, entre otras circunstancias.

Cultura Laboral

Inicie y mejore su negocio (2016); se refiere a cómo los empleados de la empresa realizan su labor, cuiden a sus clientes, se comuniquen e relacionan entre sí.

Indicadores de la Productividad

Según, Inicie y mejore su negocio (2016); indica que los factores

de rendimiento son específicos y se utilizan para medir así como realizar un seguimiento apropiado de los cambios en la capacidad del rendimiento.

Flujo de Trabajo

Inicie y mejore su negocio (2016); “Serie de acciones que se ejecuta para lograr un resultado establecido”, los flujos de trabajo estructuran cada proceso para llegar a un determinado fin y clarifican como y en que orden se debe hacer cada tarea.

Valores Empresariales

Inicie y mejore su negocio (2016); Las creencias y las ideas importantes son compartidas y disfrutadas por todos en la empresa, el conjunto de valores de la empresa es lo que impulsa a las personas a lograr resultados específicos dentro de un marco de tiempo específico, para mantener el enfoque y la alta productividad, respetando la ética profesional.

Mision y Vision

Según, Isidro (2016); Afirma que la misión se refiere al área de negocios de la empresa, mientras que “la visión detalla el estado al que aspira la organización en el futuro”. Ambas definiciones son necesarias porque sirven como punto de referencia para aquellas actividades que realice la empresa.

Precio

Según, Chambergo (2016); es un elemento que se utiliza en la combinación del marketing, el cual genera ingresos por la venta de servicios y bienes, siendo los más flexibles, además a diferencia de las características que puede tener un producto es importante el compromiso para que se realice la venta.

Creacion de Valor

Según, Chambergo (2009); Detrás del deseo de prosperidad de la nación debe haber una percepción común de que la única manera de conseguirlo es mediante actividades que crean valor económico. Sin crear valor, no es posible acumular riqueza.

Innovacion

Según, Carro (2012); Es un proceso de cambio de ideas, elementos o protocolos actuales, optimizando o innovando otros nuevos que tengan un impacto beneficioso en el mercado. Gracias al conocimiento del producto, valores y necesidades que tiene el consumidor, es posible identificar una serie de cambios y criterios para la introducción de innovaciones que serán de utilidad en el mercado.

Productividad Laboral

Según, Carro (2012); Se obtiene dividiendo el valor añadido por la cantidad de empleados, lo que muestra cuánto valor añadido se crea por empleado. "Se refiere a aquella distribución entre la cantidad de

empleados o el aporte de cada uno de ellos a su creación”. Esta es una métrica fundamental ya que se relaciona con la productividad de los empleados que tiene la empresa y dependerá de varios factores, como la motivación, el lugar de trabajo, entre otros, el desempeño, la efectividad y la eficiencia de sus tareas y puestos de trabajo.

Riesgo financiero

Según, Isidro (2016); Cada actividad comercial está asociada con la incertidumbre y, por lo tanto, puede tener consecuencias financieras negativas para la organización.

CAPITULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis General

El planeamiento estratégico financiero incide favorablemente en la productividad empresarial de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 - 2021.

3.2 Hipótesis Específicas

- a. La administración presupuestal incide en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

- b. El control interno incide en el riesgo financiero en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.
- c. La gestión empresarial incide en la cultura organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.
- d. La creación de valor incide en la innovación estratégica en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.
- e. La estrategia de crecimiento incide en la rentabilidad financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.
- f. La competitividad empresarial incide en la participación del mercado en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

3.3 Operacionalización de Variables

Tabla 2

Variable Independiente

x: Planeamiento estratégico financiero

	INDICADORES	INDICES
Definición operacional	x ₁ - Administración presupuestal	1.1 Presupuesto
	x ₂ - Control interno	2.1 Eficacia y eficiencia en las operaciones
	x ₃ - Gestión empresarial	3.1 Misión/Visión
	x ₄ - Creación de valor	4.1 Retorno sobre capital empleado
	x ₅ - Estrategia de crecimiento	5.1 Crecimiento orgánico
	x ₆ -Competitividad empresarial	6.1 Diversificación de mercados
Escala Valorativa	Nominal	

Tabla 3

Variable Dependiente

y: Productividad empresarial

	INDICADORES	INDICES
Definición operacional	y ₁ - Información financiera	1.1 Políticas y procedimientos contables
	y ₂ - Riesgo financiero	2.1 Riesgo de liquidez
	y ₃ - Cultura organizacional	3.1 Clima organizacional
	y ₄ - Innovación estratégica	4.1 Marketing digital
	x ₅ -Rentabilidad financiera	5.1 Margen bruto del negocio
	x ₆ -Participacion de mercado	6.1 Propuesta de valor
Escala Valorativa	Nominal	

CAPITULO IV: METODOLOGIA

4.1 Diseño Metodológico.

4.1.1 Tipo de Diseño

Por su naturaleza el estudio, tuvo un diseño no experimental y el metodológico es “correlacional y transaccional”, por lo que se tomó en cuenta lo siguiente:

M = Ox r Oy

Donde:

M = Muestra

O = Observación

x = Planeamiento estratégico financiero

y = Productividad empresarial

r = Relación de variables

4.1.2 Tipo de Investigación

Por el tipo es “Aplicada”.

4.1.3 Nivel de Investigación

Fue “Descriptivo, explicativo y correlacional”.

4.1.4 Método

Se usó “el método descriptivo, estadístico y de análisis – síntesis, entre otros, que componen el desarrollo del trabajo, las cuales se darán indistintamente en la investigación”.

4.2 Población y Muestra

El objeto del trabajo está compuesto por 51 pequeñas y medianas empresas jurídicas del sector de comercializan de equipos de seguridad industrial, empadronados a nivel de Lima Metropolitana en el año 2020 - 2021, según la página web infoinfo (marzo de 2023).

Tabla 4.

Relación de empresas que forman parte de la Población

Nombre de Empresas	Numero
Carpena	1
Representaciones Brolosac	1
Momarento E.I.R.L	1
Ecomax Distribuidora	1
Proyindustrial S.A.C.	1
American Safety S.A.C.	1
Delta Plus	1
Tecseg	1
Comercial Lenin	1
Dmg Seguridad Industrial S.A.C.	1
Guantes & Guantes S.A.	1
Sekur Perú	1
Tecnin del Perú S.A.	1
Antrading S.R.L	1
Fox Confecciones	1

Kalpe SAC	1
Schprod SAC	1
Suministros Generales Sc E.I.R.L	1
Sekur Perú S.A.	1
Nox Crete Latinoamérica Perú SAC	1
S&H Representaciones SAC - Chorrillos	1
Cord D'Hacer E.I.R.L.	1
Andes Seguridad S.A.C	1
Masterfile S.A.	1
Disermil	1
M&S Seguridad Srl	1
S&H Representaciones SAC - Los olivos	1
Mildaza S.R.L.- San juan de Lurigancho	1
Textiles Casual S.A.	1
Mildaza S.R.L.- El cercado	1
Kelvin Inversiones SAC	1
Blaves	1
LMJ INDUSTRIAL SAC	1
M&S Securindustrias SAC	1
Ekams Servicios Generales SAC	1
Plesa	1
Industria Scorpio Perú SAC	1
Poli Shoes SAC	1
Sercon SRL	1
S&H Representaciones SAC. -La victoria	1
C &M Seguridad Industrial	1
Industrias Maita Ye & Kat	1
Industria Murcia J&L EIRL	1
Sidsur SAC	1
Industrias Maicol	1
Industrias P&M sac	1
Shopping And Selling Company EIRL	1
Masseg peruana SRL	1
Segurimax epp	1
Seguridad Industrial Petrolera -Implemento	1
Protección Personal	
Seguridad Industrial – Equipo de Protección Personal	1
Total	51

Nota. Obtenido de la página Infoinfo.com.pe "Las mejores Empresas de Equipos para Seguridad Industrial en Lima Metropolitana años 2020 - 2021".

4.2.1 Procedimiento para el Cálculo del Tamaño y Selección de la Muestra

Para determinar de forma óptima la muestra, se tuvo que usar la fórmula relacionado al “muestreo aleatorio simple” desarrollado por R.B.

Ávila Acosta.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{e^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

Donde:

Z = 1.95 distribución normal para un nivel de confianza de 95%.

P = Gerentes en proporción establecida de contadores y jefes que afirmaron estar de acuerdo que el planteamiento estratégico financiero incide en la productividad empresarial. Para esta investigación P= 0.5

Q = Gerentes en proporción establecida de gerentes, contadores y jefes que afirmaron no estar de acuerdo que el planteamiento estratégico financiero incide en la productividad empresarial. Para esta investigación Q = 0.5

E = Margen de error 5%.

N = Población de la investigación 51 empresas jurídicas

n = Tamaño óptimo de muestra

Por tanto, a un nivel del 95% como confianza y de 5% como margen de error la muestra óptima es:

$$n = \frac{(1.95)^2 (0.5) (0.5) (51)}{(0.05)^2 (51-1) + (1.95)^2 (0.5) (0.5)}$$

n= 45 *2 = 90 empresas del sector de comercialización de equipos de seguridad industrial región Lima.

4.3 Técnicas de Recolección de Datos

4.3.1 Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos

Para poder realizar la parte donde se trabaja el campo se utilizó

la encuesta; este instrumento sirvió para recoger las opiniones de manera directa de los gerentes, contadores y jefes que conforman este tipo de organizaciones del área de comercialización de equipos de seguridad industrial, Lima Metropolitana por los años 2020 – 2021.

4.3.2 Procedimientos de Comprobación de la Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

Para evaluar la confianza del trabajo de investigación se aplicó el “Alfa de Cronbach”, herramienta que ayuda a “evaluar cuál es la magnitud que tienen los ítems de un determinado instrumento, los cuales están correlacionados” siendo muy importante dentro del estudio.

4.4 Técnicas para el Procesamiento de la Información

Para poder ejecutar el proceso y analizar la información recolectada se realizó utilizando el programa informático estadístico más utilizado que es el SPSS, edición IBM® SPSS® Statistics 26, versión en español” (Modelo de Pearson).

4.5 Aspectos Éticos

Para realizar el trabajo de investigación, se respetó la Ética Profesional, desde su punto de vista especulativo, así como los principios que son importantes, dado que la moral de la persona como de la sociedad están involucrados y que, mediante las normas, reglas que pudieran agregarse ayudaran al bien común. Siendo un valor atribuido a las cosas según el fin de su existencia y los individuos tienen que regirse a su naturaleza racional, las

cuales están establecidas en el Código de Ética del Colegio de Contadores Públicos del Perú, debiéndose tener en cuenta los siguientes principios que son trascendentes para este tipo de investigación.

- Ser integro en todos los aspectos.
- Ser objetivo.
- Ser competente a nivel profesional y tener el cuidado apropiado.
- Ser confidencial en sus labores.
- Comportarse de manera profesional

En suma, “la ejecución de la investigación se logró cumpliendo los indicados anteriormente y además siendo organizado, coherente, secuencial, y por ende racional.

CAPITULO V: RESULTADOS

5.1 Resultados de la Encuesta

En este punto se presentan los datos estadísticos, conforme al trabajo de campo ejecutado, se encuestó a 90 empresarios del rubro de comercialización de artículos de seguridad industrial en región Lima, considerando diferentes tipos de tamaños de negocio.

Tabla 5

1.- Dentro del periodo de investigación utilizaron la herramienta del presupuesto financiero.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	2	2
b. De acuerdo	17	19
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	46	51
d. En desacuerdo	21	23
e. Totalmente en desacuerdo	4	4
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

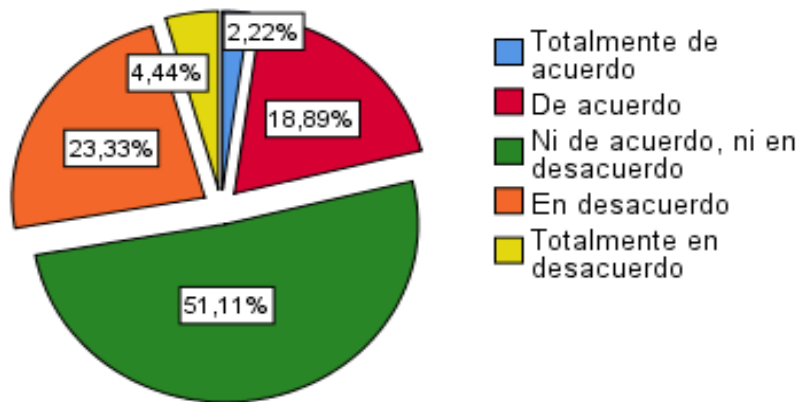
Lo encontrado fue que el 51% de los gerentes y contadores que laboran en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, mencionan estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo respecto al uso de la herramienta del presupuesto financiero dentro de sus procesos, 23% indicaron estar en desacuerdo respecto a la interrogante, el 19% señalaron estar de acuerdo, el 4% indican que están totalmente de desacuerdo y el 2% totalmente de acuerdo, totalizando el 100% de la muestra; observando que la mayoría de los encuestados indican que no utilizaron la herramienta del presupuesto financiero como estratégica dentro de sus empresas.

Análisis

Los resultados obtenidos demuestran que más del 78% de los encuestados que son empresarios del rubro de comercialización de artículos de seguridad industrial, no hicieron uso y/o desconocen de la herramienta del presupuesto financiero, por ende, son más propensos a riesgos como caer en sobreendeudamiento, ya que no tienen control adecuado de sus ingresos y gastos, ni de cuanto margina el negocio y desconocen de la relación importante que existe entre ellos, caen en el error de confiarse y no tomar las medidas necesarias de una planificación en el corto y largo plazo, solo viven con el día a día sin prever gastos o inversiones, lo cual limita el crecimiento y desarrollo de la empresa y en el tiempo no son sostenibles.

Figura N°7

Dentro del periodo de investigación utilizaron la herramienta del presupuesto financiero.



Nota. La fuente es la tabla 4, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 6

2.- En el periodo de investigación los controles internos aplicados dentro de la compañía cumplieron con el principio de eficacia y eficiencia.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	1	1
b. De acuerdo	7	8
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	48	53
d. En desacuerdo	31	34
e. Totalmente en desacuerdo	3	3
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

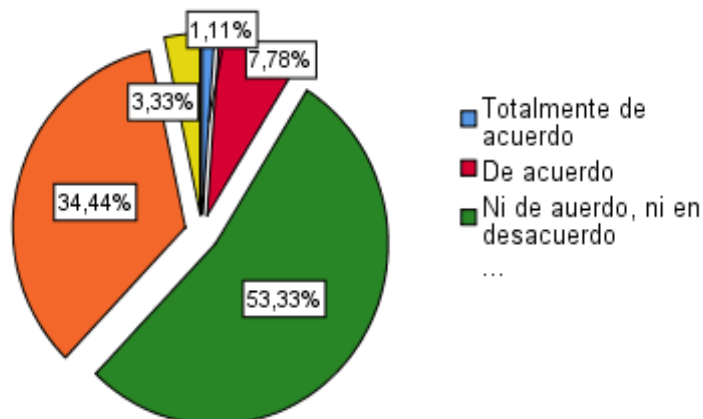
Respecto a la segunda pregunta acotaron que el 53% “están ni de acuerdo, ni en desacuerdo” con que la empresa no aplico eficientemente lo controles, el 34% se suman respondiendo que están en desacuerdo con relación a la misma interrogante, solo el 8% están de acuerdo o aplicaron eficientemente su control interno, el 3% “están totalmente en desacuerdo” y solo el 1% “está totalmente de acuerdo” con la aplicación de la misma interrogante, sumando un total del 100% de la muestra.

Análisis

Los resultados encontrados líneas arriba se evidencia que el 90% de los interrogados dan a conocer que en sus empresas no tienen un control interno eficiente dentro de sus procesos, un sector muy importante hasta desconoce del tema, resultado que refleja que las empresas de sector de investigación tienen falta de legitimidad en las operaciones contables y financieras, ya que no pueden prevenir que exista malversación de fondos, pérdida de capital, no se cumplan los reglamentos, exista fraude, entre otros.

Figura N°8

En el periodo de investigación los controles internos aplicados dentro de la compañía cumplieron con el principio de eficacia v eficiencia.



Nota. La fuente es la tabla 5, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 7

3.- Se considero la misión y visión de la compañía en línea con los objetivos de la empresa durante el periodo de investigación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	-	-
b. De acuerdo	9	10
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	57	63
d. En desacuerdo	17	19
e. Totalmente en desacuerdo	7	8
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

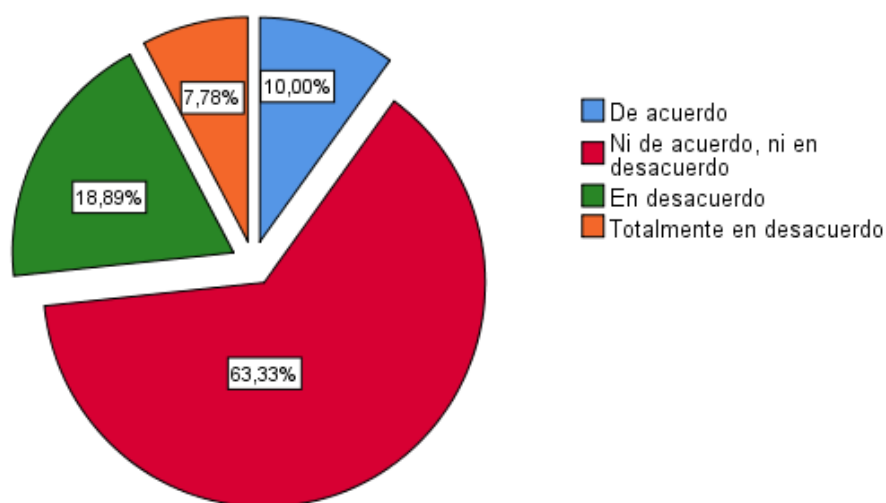
De los datos obtenidos en esta pregunta, según el 63% de interrogados manifiestan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la misión y visión estén alineados con los objetivos de la empresa, el 19% también están en desacuerdo, así como el 8% están totalmente en desacuerdo con la interrogante y solo el 10% de encuestados están de acuerdo en que las empresas alinearon su misión y visión con sus objetivos, totalizando el 100% de encuestados según la muestra.

Análisis

Como se puede evidenciar el 90% de encuestados expresan no tener implementado una misión y visión y si la tienen no está alineado con los objetivos de la empresa, lo cual nos demuestra la falta de gestión y por ende no pueden establecer una estrategia eficaz en el tiempo y terminan siendo pocos productivos.

Figura N°9

Se considero la misión y visión de la compañía en línea con los objetivos de la empresa durante el periodo de investigación.



Nota. La fuente es la tabla 6, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 8

4.- Dentro del periodo de investigación la empresa genero rentabilidad por el capital empleado.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	9	10
b. De acuerdo	31	34
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	35	39
d. En desacuerdo	9	10
e. Totalmente en desacuerdo	6	7
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

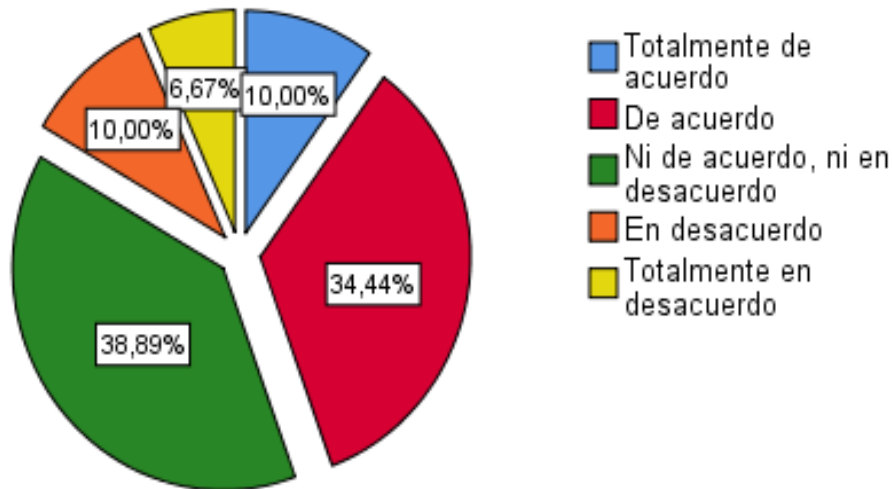
Según los resultados obtenidos a los encuestados de las empresas del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, el 39% “están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la organización genero rentabilidad” por sus operaciones, el 34% están de acuerdo en que las empresas generaron rentabilidad, el 10% están totalmente de acuerdo en que generaron rentabilidad, el 10% “están en desacuerdo” y solo el 7% “están totalmente en desacuerdo” con la misma interrogante, totalizando el 100% de la muestra; observando que la mayoría de los encuestados están en desacuerdo que la que genero resultados dentro del periodo de investigación, pero también hay un número muy importante que si fue rentable dentro del periodo.

Análisis

Según lo recogido el 56% acotan no estar de acuerdo en que las empresas de dicho sector hayan generado rentabilidad por el periodo de investigación, mientras que el 44% expresaron si haber obtenido rentabilidad por sus operaciones, resultados que nos indica que en su mayoría están sobre existiendo en el mercado sin generar rentabilidad.

Figura N°10

Dentro del periodo de investigación la empresa genero rentabilidad por el capital empleado.



Nota. La fuente es la tabla 7, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 9

5.- Dentro del periodo de investigación la empresa genero crecimiento orgánico.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	-	-
b. De acuerdo	21	23
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	31	34
d. En desacuerdo	17	19
e. Totalmente en desacuerdo	21	23
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

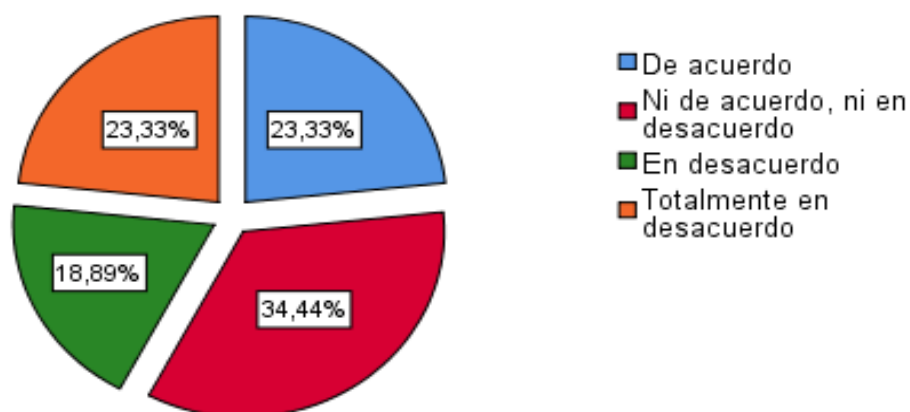
Al revisar lo indicado por los encuestados, se observa que el 34% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo que dentro del periodo de investigación la empresa genero crecimiento orgánico, sumado a ello el 19% “está en desacuerdo”, asimismo el 23% “está totalmente en desacuerdo” y solo el 23% indico que las compañías se generaron crecimiento orgánico, totalizando el 100%.

Análisis

Conforme se aprecia en la tabla y grafico demuestran que el sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, en su mayoría no están generando crecimiento orgánico por lo que se determina que no están aprovechando eficientemente sus recursos propios para generar crecimiento orgánico como invertir en nuevos proyectos, diversificar su cartera de productos, apostar por la diferenciación de la competencia y/o descentralización de mercados.

Figura N°11

Dentro del periodo de investigación la empresa genero crecimiento orgánico.



Nota. La fuente es la tabla 8, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 10

6.- La compañía apostó por la diversificación de mercados para ampliar sus ventas por el periodo de investigación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	1	1
b. De acuerdo	13	14
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	61	68
d. En desacuerdo	11	12
e. Totalmente en desacuerdo	4	4
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

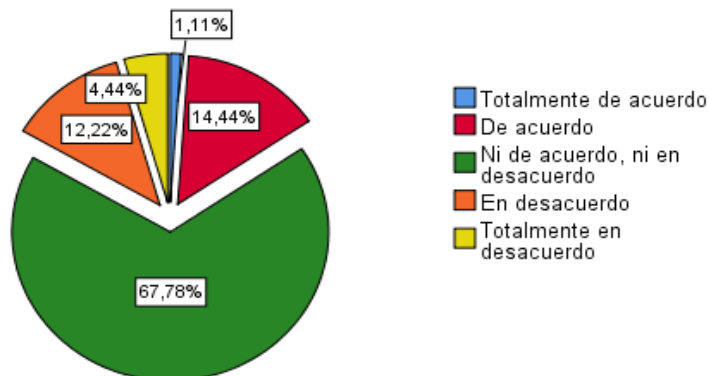
Como respuesta de los encuestados por esta pregunta indica que el 68% estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la compañía haya apostado por las diversificación de mercados para ampliar sus ventas por el periodo de investigación, en paralelo a esta línea el 12% indica “estar en desacuerdo” y el 4% “totalmente en desacuerdo”, sin embargo solo el 14% y 1% indica estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en que las organizaciones del sector aposte por la diversificación de mercados para aumentar sus ventas, totalizando el 100% de la muestra.

Análisis

Según los resultados alcanzados en su mayoría, comentaron estar en desacuerdo en que las empresas de dicho sector no están apostando por la diversificación de mercados para ampliar sus ventas y eso les dificulta el crecimiento en el corto y largo plazo ya que no les permite el crecimiento diversificado por varias líneas de negocio y dejan de ser productivos en el tiempo.

Figura N°12

La compañía apostó por la diversificación de mercados para ampliar sus ventas por el periodo de investigación.



Nota. La fuente es la tabla 9, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 11

7.- Es importante el uso del planeamiento estratégico financiero dentro de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	47	52
b. De acuerdo	37	41
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	1
d. En desacuerdo	5	6
e. Totalmente en desacuerdo	-	-
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

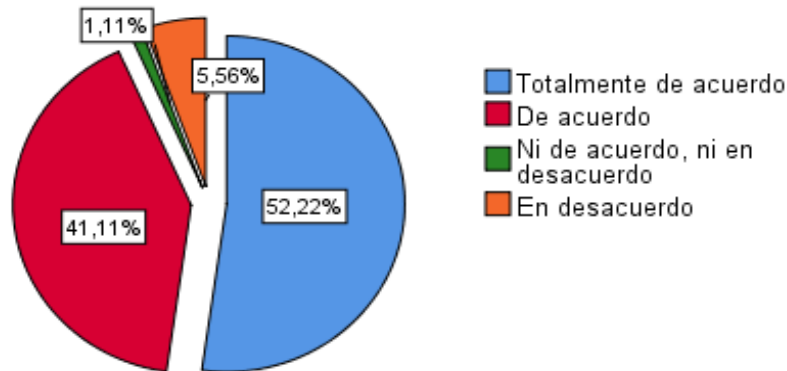
El resultado de los encuestados de la tabla muestra que el 52% está totalmente de acuerdo en apostar por el uso del planeamiento estratégico financiero a pesar de que muchos desconocen de la herramienta financiera, asimismo el 41% están de acuerdo con la misma interrogante solo el 6% y 1% están en desacuerdo y ni de acuerdo, ni en desacuerdo, totalizando el 100%.

Análisis

Como podemos evidenciar en el grafico más del 93% de encuestados están de acuerdo en el uso e implementación del planeamiento estratégico financiero dentro de sus compañías por lo que se refleja el interés de implementar esta estrategia que es muy importante para su desarrollo, lo cual les facilitara establecer ventajas competitivas, mediante estrategias las cuales se basaran en la misión, visión y aquellos objetivos que le brinden tener conocimiento claro del futuro.

Figura N°13

Es importante el uso del planeamiento estratégico financiero dentro de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial.



Nota. La fuente es la tabla 10, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 12

8.- La empresa aplico correctamente las políticas y procedimientos contables bajo las normas y leyes vigentes correspondiente al año de investigación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	5	6
b. De acuerdo	18	20
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	41	46
d. En desacuerdo	19	21
e. Totalmente en desacuerdo	7	8
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

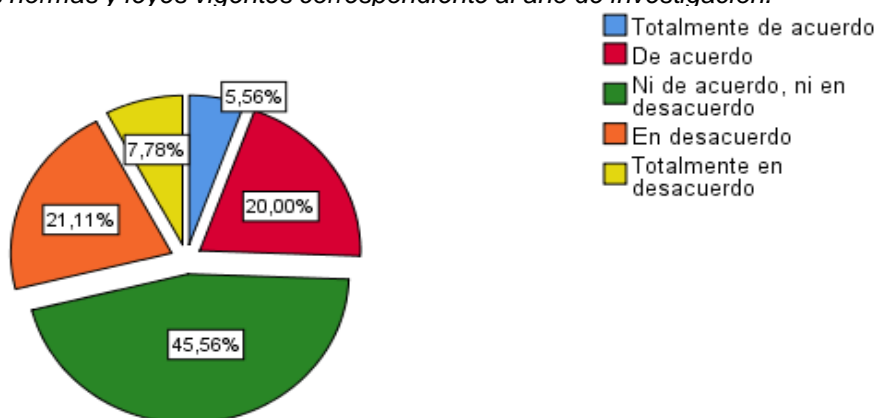
A la pregunta formulada resulto que el 46% están ni de acuerdo, ni en desacuerdo que la empresa aplico correctamente las políticas y procedimientos contables bajo las normas y leyes vigentes correspondiente al año de investigación, 21% “están en desacuerdo” y el 8% “totalmente en desacuerdo”, solo el 20% y 6% “están de acuerdo y totalmente de acuerdo” en que las empresas aplican correctamente sus políticas y procedimiento contables, totalizando el 100% de la muestra.

Análisis

Se observa en el gráfico que un gran número de resultados están en desacuerdo en que los empresarios encuestados no están aplicando correctamente las políticas y procedimientos contables bajo las normas y leyes vigentes correspondiente al año de investigación, lo cual se interpreta que los datos contables no muestran la economía financiera real de la organización, carecen de datos fieles y correctos, en el tiempo se genera multas.

Figura N°14

La empresa aplico correctamente las políticas y procedimientos contables bajo las normas y leyes vigentes correspondiente al año de investigación.



Nota. La fuente es la tabla 11, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 13

9.- La estrategia que aplico la empresa para evitar el riesgo de liquidez fue la más optima, correspondiente al año de investigación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	1	1
b. De acuerdo	5	6
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	52	58
d. En desacuerdo	30	33
e. Totalmente en desacuerdo	2	2
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

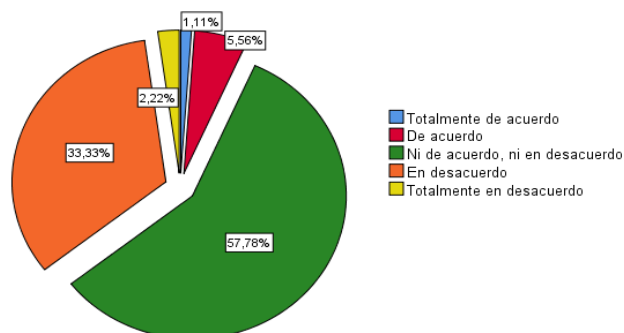
El 58% indican estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en la estrategia que aplico la empresa para evitar el riesgo de liquidez fue la más óptima correspondiente al año de investigación, sumado a esta línea el 33% destacó la “d” y el 2% seleccionó la “e”, sin embargo, el 6% y 1% de los encuestados expresan estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con la interrogante planteada, alcanzando el 100%.

Análisis

De lo encontrado resulto que, en su gran porcentaje, están en desacuerdo en la estrategia que aplico la empresa para evitar el riesgo financiero no fue la más óptima, hasta desconocen de la existencia de dichas estrategias, por lo que se concluye que dichas empresas tienen dificultades para poder cumplir con sus obligaciones respecto al pago que adeudan ya sea a corto o mediano plazo, debido que su capacidad para crecer y salir a flote con los activos que tienen no supera sus expectativas, porque reconocen que pueden perder su liquidez e incurrir en daños que perjudicaría a su empresa.

Figura N°15

La estrategia que aplico la empresa para evitar el riesgo de liquidez fue la más óptima, correspondiente al año de investigación.



Nota. La fuente es la tabla 12, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 14

10.- El clima organizacional dentro de la compañía se midió aplicando herramientas de recolección de información de forma neutral dentro del periodo de investigación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	-	-
b. De acuerdo	1	1
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	62	69
d. En desacuerdo	17	19
e. Totalmente en desacuerdo	10	11
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

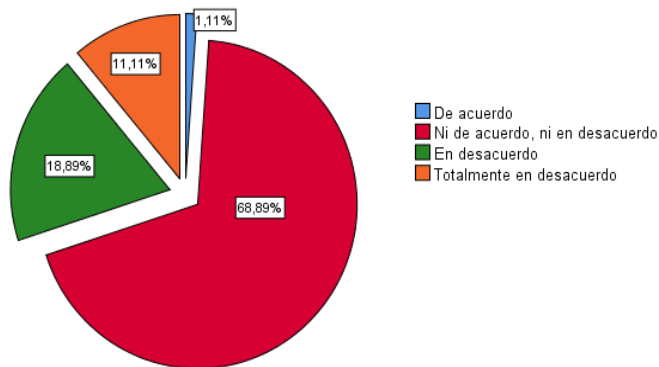
A la pregunta formulada resulto que el 69% “están ni de acuerdo, ni en desacuerdo” que el clima organizacional dentro de la compañía se midió aplicando herramientas de recolección de información de forma neutral dentro del periodo de investigación, 19% “en desacuerdo” y 11% “totalmente en desacuerdo”, solo el 1% está de acuerdo con la interrogante, totalizando el 100% de la muestra.

Análisis

Podemos apreciar en el esquema que un gran número de encuestados están en “ni de acuerdo ni en desacuerdo” en que el clima organizacional dentro de la compañía no se midió aplicando herramientas de recolección de información de forma neutral dentro del periodo de investigación, se evidencia el problema más significativo dentro de las empresas ya que genera, desmotivación, baja productividad, falta de compromiso, incumplimiento de objetivos o actitudes negativas, todos estos factores tienen relación directa con la baja productividad en las compañías de este sector.

Figura N°16

El clima organizacional dentro de la compañía se midió aplicando herramientas de recolección de información de forma neutral dentro del periodo de investigación.



Nota. La fuente es la tabla 13, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 15

11.- Las campañas de marketing digital genero retorno en las ventas dentro de la compañía durante el periodo de investigación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	5	6
b. De acuerdo	29	32
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	31	34
d. En desacuerdo	23	26
e. Totalmente en desacuerdo	2	2
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

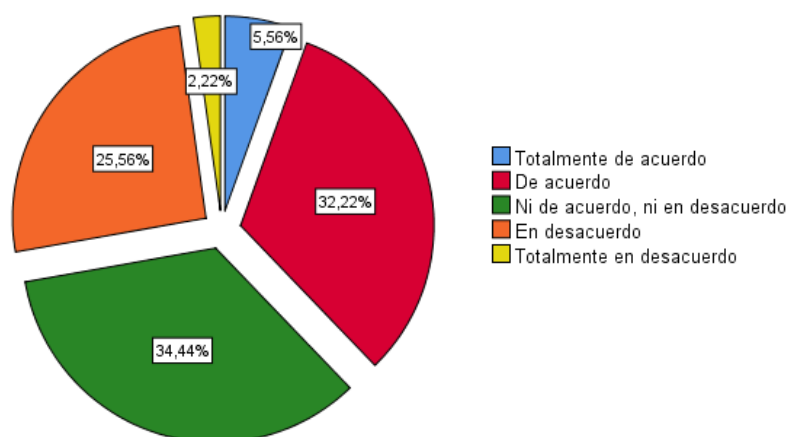
Al obtener los resultados de la muestra la tabla, encontramos que el 34% de los gerentes y contadores que laboran en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, indican que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo que la empresa realice campañas de marketing digital menos que generan algún tipo de retorno reflejado en las ventas, 26% eligieron la alternativa (d) y 2% la opción (e), sin embargo un 32% y 6% indican estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en relación a la interrogante, totalizando el 100% de la muestra.

Análisis

Según muestra el gráfico se interpreta que en su mayoría de los encuestados están en desacuerdo que la empresa este aplicando correctamente sus campañas de marketing digital ya que no está generando retornos en las ventas en el corto plazo en las compañías del sector, lo cual les dificulta expandir sus ventas y captación de clientes por otros canales digitales.

Figura N°17

Las campañas de marketing digital genero retorno en las ventas dentro de la compañía durante el periodo de investigación.



Nota. La fuente es la tabla 14, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 16

12.- Dentro del periodo de investigacion, la empresa obtuvo crecimiento en margen del negocio.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	-	-
b. De acuerdo	15	17
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	37	41
d. En desacuerdo	19	21
e. Totalmente en desacuerdo	19	21
Total	90	100

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

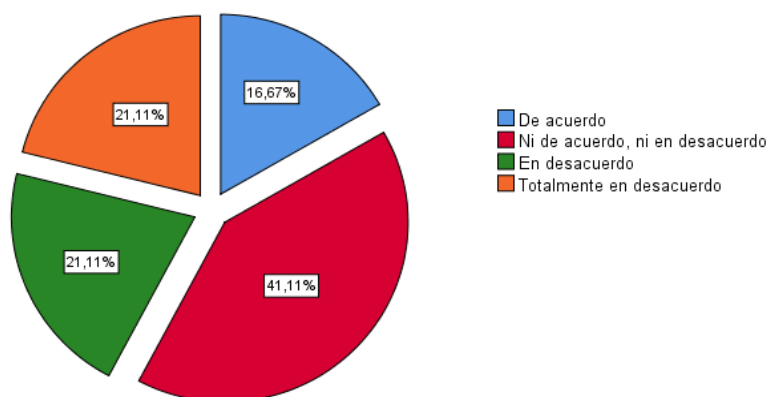
Los datos indicados en la tabla encuentran que el 41% de contadores que laboran en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, indican que “están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa” genero crecimiento en el margen de negocio, el 21% “están en desacuerdo” y el 21% “totalmente en desacuerdo”, solo el 17% de los encuestados indico estar de acuerdo en que generaron crecimiento de margen por el periodo de investigación.

Análisis

Como se ve el grafico en su mayoría las empresas de este sector no apostaron en estrategias para cuidar o generar más margen dentro del negocio de comercialización de artículos de seguridad industrial en Lima, este factor es muy importante ya que nos muestra la situación crítica en las que se encuentran este tipo de negocios por no tener una buena administración de sus recursos, si no se toma como prioridad en el largo plazo los negocios fracasan.

Figura N°18

Dentro del periodo de investigacion, la empresa obtuvo crecimiento en margen del negocio.



Nota. La fuente es la tabla 15, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 17

13.- La compañía ha diseñado su propuesta de valor enfocado a la satisfacción del cliente por el periodo de investigación.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	-	-
b. De acuerdo	7	8
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	77	86
d. En desacuerdo	5	6
e. Totalmente en desacuerdo	1	1
Total	90	100

Nota. Se aplicó una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

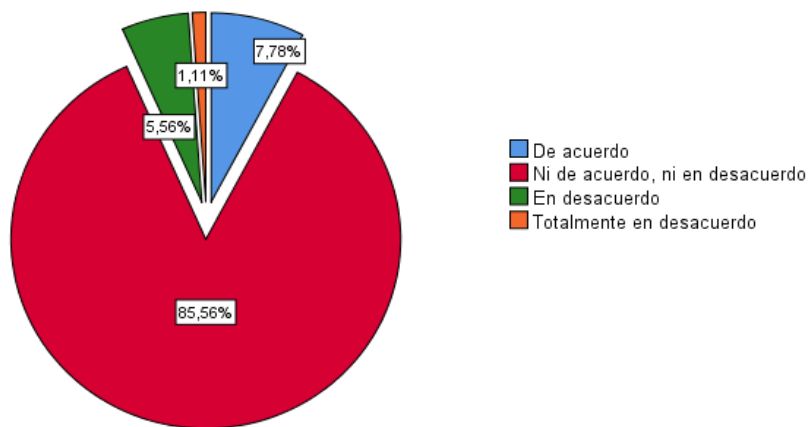
Lo mostrado en la tabla, encontramos que el 86% de los gerentes y contadores que laboran en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, indican que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en que la compañía ha diseñado su propuesta de valor enfocado a la satisfacción del cliente por el periodo de investigación, el 6% “en desacuerdo” y el 1% seleccionaron la opción (e), solo el 8% de los encuestados expresaron estar de acuerdo en relación con la interrogante, llegando al 100%.

Análisis

En su gran mayoría los encuestados dieron a conocer que dentro del sector empresarial en investigación no se ha diseñado una propuesta de valor enfocado a la satisfacción del cliente, lo cual impide transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que ofrece la compañía como diferenciación de la competencia, tiene impacto directo en las ventas ya que su enfoque son la satisfacción de los clientes.

Figura N°19

La compañía ha diseñado su propuesta de valor enfocado a la satisfacción del cliente por el periodo de investigación.



Nota. La fuente es la tabla 16, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 18

14.- Durante el periodo de investigación la compañía alcanzó a generar productividad empresarial.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	31	34
b. De acuerdo	30	33
c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	17	19
d. En desacuerdo	12	13
e. Totalmente en desacuerdo	-	-
Total	90	100

Nota. Se aplicó una encuesta a un total de 90 gerentes y contadores.

Interpretación

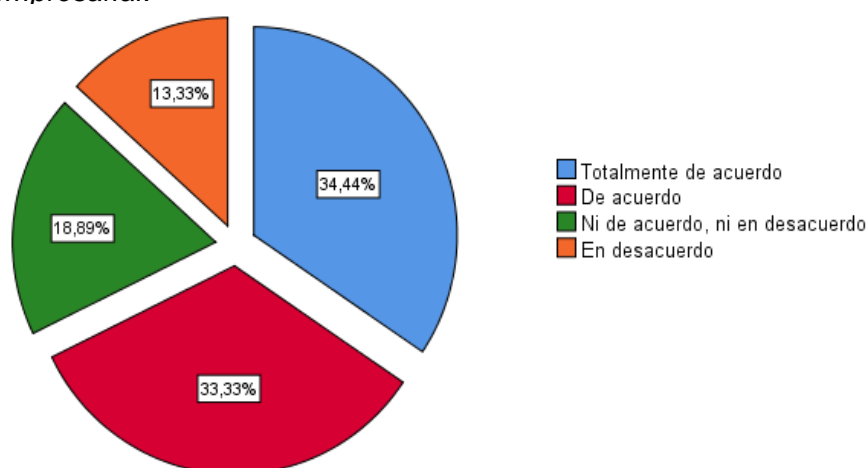
La información encontrada es que el 34% de los gerentes y contadores que laboran en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, indican que las compañías están totalmente de acuerdo alcanzaron a generar productividad empresarial, 33% de acuerdo, 19% ni de acuerdo, ni en desacuerdo y 13% en desacuerdo en cuanto a la interrogante, totalizando el 100% de la muestra.

Análisis

Las compañías del sector en su gran mayoría por el año de investigación alcanzaron a generar productividad empresarial, asimismo también hay un buen sector que no genero productividad que tiene relación directa con el clima organizacional y la carencia de una planificación estratégica financiera, en el largo plazo se genera incumplimiento de objetivos y fuga de talentos a otras compañías.

Figura N°20

Durante el periodo de investigación la compañía alcanzo a generar productividad empresarial.



Nota. La fuente es la tabla 17, relacionado a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Validez y Confiabilidad: Alfa de Cronbach

Tabla 19

Nivel de fiabilidad del alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.981	14

Nota: Programa Estadístico Statistical Package for the Social Science (SPSS)

Análisis e Interpretación:

De lo que se aprecia, “es que la tabla del Alfa de Cronbach observamos que el coeficiente resultante es de 98.1% que está muy cercano al 100%”, lo cual resulta con grado alto de confiabilidad.

Tabla 20
Estadística de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos de corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1.- ¿Para usted, dentro del periodo de investigación utilizaron la herramienta del presupuesto financiero?	38.51	97.039	0.933	0.979
2.- ¿Para usted, en el periodo de investigación los controles internos aplicados dentro de la compañía cumplieron con el principio de eficacia y eficiencia?	38.29	99.646	0.901	0.979
3.- En su opinión, ¿Se considero la misión y visión de la compañía en línea con los objetivos de la empresa durante el periodo de investigación?	38.36	98.906	0.920	0.979
4.- ¿Para usted dentro del periodo de investigación la empresa genero rentabilidad por el capital empleado?	38.91	93.677	0.932	0.979
5.- En su opinión, ¿Dentro del periodo de investigación la empresa genero crecimiento orgánico?	38.18	92.462	0.921	0.979
6.- ¿Considera usted que la compañía apostó por la diversificación de mercados para ampliar sus ventas por el periodo de investigación?	38.56	100.340	0.864	0.980
7.- ¿Considera usted importante el uso del planeamiento estratégico financiero dentro de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial?	40.00	99.438	0.836	0.980
8.- ¿Considera usted, que la empresa aplico correctamente las políticas y procedimientos contables bajo las normas y leyes vigentes correspondiente al año de investigación?	38.54	94.094	0.948	0.978
9.- Para usted ¿La estrategia que aplico la empresa para evitar el riesgo de liquidez fue la más optima, correspondiente al año de investigación?	38.30	100.797	0.885	0.980
10.- ¿Considera usted que el clima organizacional dentro de la compañía se midió aplicando herramientas de recolección de información de forma neutral dentro del periodo de investigación?	38.20	100.364	0.865	0.980
11.- Considera usted ¿Qué las campañas de marketing digital genero retorno en las ventas dentro de la compañía durante el periodo de investigación?	38.73	95.119	0.928	0.979
12.- ¿Para usted dentro del periodo de investigación, la empresa obtuvo crecimiento en margen del negocio?	38.13	93.825	0.929	0.979
13.- ¿Considera usted que la compañía ha diseñado su propuesta de valor enfocado a la satisfacción del cliente por el periodo de investigación?	38.60	106.692	0.698	0.983
14.- ¿Considera usted, que en el periodo de investigación la compañía alcanza a generar productividad empresarial ?	39.49	93.489	0.923	0.979

Nota: Programa Estadístico Statistical Package for the Social Science (SPSS)

Análisis e Interpretación:

“Muestra en la tabla el resultado de la fiabilidad de las catorce (14) preguntas consideradas en la encuesta de recolección de datos, todos los ítems mencionados tienen como promedios parecidos y de correlación entre ellos por lo tanto se concluye que son fiables”.

5.2 Contrastación de Hipótesis

La prueba apropiada para este tipo de variables, medidas nominalmente fue la prueba de Ji cuadrado- corregida por Yates, es la más adecuada pues más del “20% de las celdas que tienen las frecuencias deseadas de las tablas de doble entrada son menores a cinco (5), lo que obliga a la combinación de celdas adyacentes para finalmente obtener una tabla 2x2”.

Donde:

a= Celda primera columna, primera fila

b= Celda segunda columna, primera fila

c= Celda primera columna, segunda fila

d= Celda segunda columna, segunda fila

$$\chi^2 = \frac{(|ad - bc| - n/2)^2 n}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

La prueba χ^2 continúa una distribución aproximada de ji-cuadrada con $(2-1)(2-1) = 1$ grados de libertad y un nivel de significancia de 0.05. Se niega la hipótesis nula (H_0) si el valor encontrado de χ^2 es mayor o igual a 26.29 o $p\text{-value} < 0.05$.

Hipótesis Específica 1

H_0 : La administración presupuestal no incide en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

H₁: La administración presupuestal incide en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

Nivel de significancia $\alpha=0.05$

Tabla 21

¿Para usted, dentro del periodo de investigación utilizaron la herramienta del presupuesto financiero?	¿Considera usted, que la empresa aplico correctamente las políticas y procedimientos contables bajo las normas y leyes vigentes correspondiente al año de investigación?				Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	
Totalmente de acuerdo	2	0	0	0	2
De acuerdo	3	14	0	0	17
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	4	41	1	46
En desacuerdo	0	0	0	18	21
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	4
Total	5	18	41	19	90

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 22

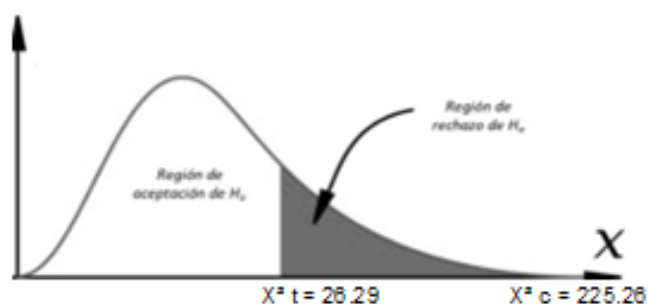
Pruebas de chi-cuadrado N° 1

Prueba estadística	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	225,257a	16	0.000
Razón de verosimilitud	176.473	16	0.000
Asociación lineal por lineal	78.223	1	0.000
N de casos válidos	90		

Nota. a. 20 casillas (80,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,11.

Figura 21

Pruebas de chi-cuadrado N° 1



Resultados e interpretación

El valor de x^2 crítico = 225.26 es mayor que x^2 teórico = 26.29, por lo que “se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 ”, concluyendo que “La administración

presupuestal incide favorablemente en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima”.

Hipótesis Específica 2

H₀: El control interno no incide en el riesgo financiero en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

H₁: El control interno incide en el riesgo financiero en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

Nivel de significancia $\alpha=0.05$

Tabla 23

¿Para usted, en el periodo de investigación los controles internos aplicados dentro de la compañía cumplieron con el principio de eficacia y eficiencia?	Para usted ¿La estrategia que aplico la empresa para evitar el riesgo de liquidez fue la más óptima, correspondiente al año de investigación?				Totalmente en desacuerdo	Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo		
Totalmente de acuerdo	1	0	0	0	0	1
De acuerdo	0	5	2	0	0	7
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	48	0	0	48
En desacuerdo	0	0	2	29	0	31
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	1	2	3
Total	1	5	52	30	2	90

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 24

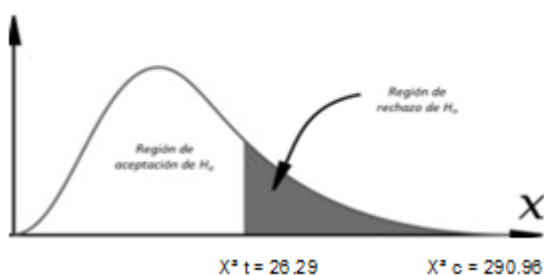
Pruebas de chi-cuadrado N° 2

Prueba estadística	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	290,962a	16	0.000
Razón de verosimilitud	149.071	16	0.000
Asociación lineal por lineal	79.221	1	0.000
N de casos válidos	90		

Nota. a. 21 casillas (84,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Figura 22

Pruebas de χ^2 -cuadrado $N^{\circ} 2$



Resultados e interpretación

El valor de χ^2 crítico = 290.96 es mayor que χ^2 teórico = 26.29, por lo que “se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 ”, concluyendo que “El control interno incide minimizando el riesgo financiero en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima”.

Hipótesis Específica 3

H_0 : La gestión empresarial no incide en la cultura organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

H_1 : La gestión empresarial incide en la cultura organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

Nivel de significancia $\alpha=0.05$

Tabla 25

En su opinión, ¿Se considero la misión y visión de la compañía en línea con los objetivos de la empresa durante el periodo de investigación?	¿Considera usted que el clima organizacional dentro de la compañía se midió aplicando herramientas de recolección de información de forma neutral dentro del periodo de investigación?			Totalment e en desacuerdo	Total
	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo		
De acuerdo	1	8	0	0	9
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	54	3	0	57
En desacuerdo	0	0	14	3	17
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	7	7
Total	1	62	17	10	90

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 26

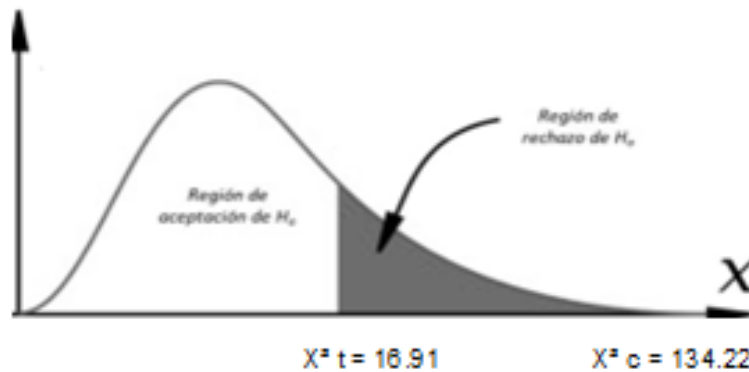
Pruebas de chi-cuadrado N° 3

Prueba estadística	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	134,223a	9	0.000
Razón de verosimilitud	110.191	9	0.000
Asociación lineal por lineal	67.845	1	0.000
N de casos válidos	90		

Nota.a. 11 casillas (68,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,08.

Figura 23

Pruebas de chi-cuadrado N° 3



Resultados e interpretación

El valor de x^2 crítico = 134.22 es mayor que x^2 teórico = 16.91, por lo que “se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 ”, concluyendo que “La gestión empresarial incide en mejorar la cultura organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima”.

Hipótesis Específica 4

H_0 : La creación de valor no incide en la innovación estratégica en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

H_1 : La creación de valor incide en la innovación estratégica en las compañías

del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

Nivel de significancia $\alpha=0.05$

Tabla 27

¿Para usted dentro del periodo de investigación la empresa genero rentabilidad por el capital empleado?	Considera usted ¿Qué las campañas de marketing digital genero retorno en las ventas dentro de la compañía durante el periodo de investigación?					Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Totalmente de acuerdo	5	4	0	0	0	9
De acuerdo	0	25	6	0	0	31
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	25	10	0	35
En desacuerdo	0	0	0	9	0	9
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	4	2	6
Total	5	29	31	23	2	90

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 28

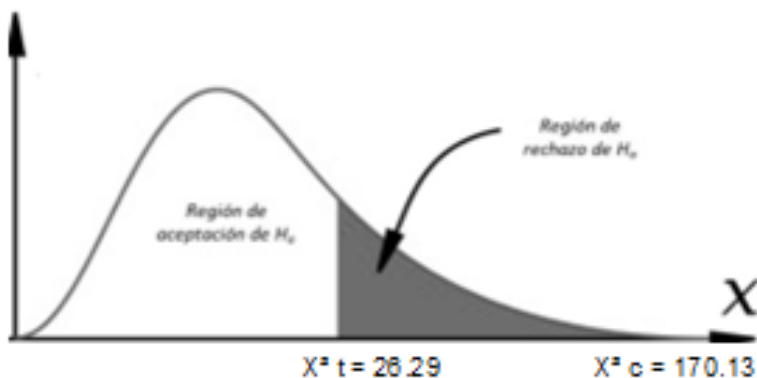
Pruebas de chi-cuadrado N° 4

Prueba estadística	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	170,134a	16	0.000
Razón de verosimilitud	146.311	16	0.000
Asociación lineal por lineal	68.587	1	0.000
N de casos válidos	90		

Nota. a. 19 casillas (76,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.

Figura 24

Pruebas de chi-cuadrado N° 4



Resultados e interpretación

El valor de χ^2 crítico = 170.13 es mayor que χ^2 teórico = 26.29, por lo que “se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 ”, concluyendo que “La creación de valor incide principalmente en la innovación estratégica en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima”.

Hipótesis Específica 5

H_0 : La estrategia de crecimiento no incide en la rentabilidad financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

H_1 : La estrategia de crecimiento incide en la rentabilidad financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

Nivel de significancia $\alpha=0.05$

Tabla 29

En su opinión, ¿Dentro del periodo de investigación la empresa generó crecimiento orgánico?	¿Para usted dentro del periodo de investigación, la empresa obtuvo crecimiento en margen del negocio?			Totalmente en desacuerdo	Total
	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo		
De acuerdo	15	6	0	0	21
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	31	0	0	31
En desacuerdo	0	0	17	0	17
Totalmente en desacuerdo	0	0	2	19	21
Total	15	37	19	19	90

Nota. Se aplicó una encuesta a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 30

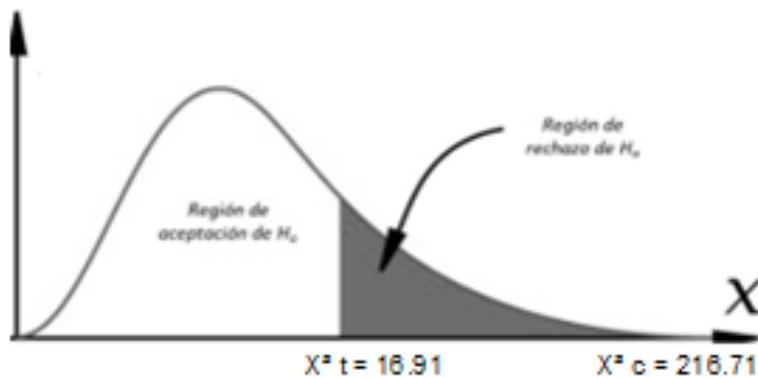
Pruebas de chi-cuadrado N° 5

Prueba estadística	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	216,718a	9	0.000
Razón de verosimilitud	199.403	9	0.000
Asociación lineal por lineal	82.568	1	0.000
N de casos válidos	90		

Nota. a. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,83.

Figura 25

Pruebas de chi-cuadrado N° 5



Resultados e interpretación

El valor de x^2 crítico = 216.71 es mayor que x^2 teórico = 16.91, por lo que “se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 ”, concluyendo que “La estrategia de crecimiento incide en mejorar la rentabilidad financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima”.

Hipótesis Específica 6

H_0 : La competitividad empresarial no incide en la participación del mercado en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

H_1 : La competitividad empresarial incide en la participación del mercado en las

compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.

Nivel de significancia $\alpha=0.05$

Tabla 31

¿Considera usted que la compañía apostó por la diversificación de mercados para ampliar sus ventas por el periodo de investigación?	¿Considera usted que la compañía ha diseñado su propuesta de valor enfocado a la satisfacción del cliente por el periodo de investigación?			Totalmente en desacuerdo	Total
	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo		
Totalmente de acuerdo	1	0	0	0	1
De acuerdo	6	7	0	0	13
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	61	0	0	61
En desacuerdo	0	9	2	0	11
Totalmente en desacuerdo	0	0	3	1	4
Total	7	77	5	1	90

Nota. Se aplicó una encuesta a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 32

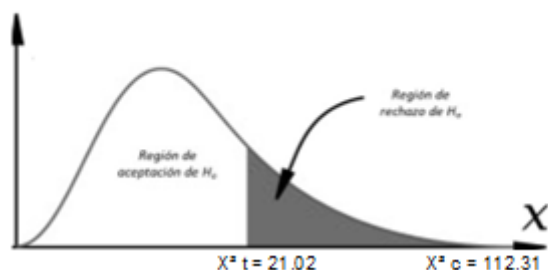
Pruebas de chi-cuadrado N° 6

Prueba estadística	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	112,318a	12	0.000
Razón de verosimilitud	64.808	12	0.000
Asociación lineal por lineal	50.773	1	0.000
N de casos válidos	90		

Nota. a. 17 casillas (85,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,01.

Figura 26

Pruebas de chi-cuadrado N° 6



Resultados e interpretación

El valor de x^2 crítico = 112.31 es mayor que x^2 teórico = 21.02, por lo que “se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 ”, concluyendo que “La competitividad

empresarial incide favorablemente en la participación del mercado en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima”.

Hipótesis General

H₀ : El planeamiento estratégico financiero no incide en la productividad empresarial de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 - 2021.

H₁: El planeamiento estratégico financiero incide en la productividad empresarial de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 - 2021.

Nivel de significancia $\alpha=0.05$

Tabla 33

¿Considera usted importante el uso del planeamiento estratégico financiero dentro de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial?	¿Considera usted, que en el periodo de investigación la compañía alcanzo a generar productividad empresarial ?				Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	
Totalmente de acuerdo	31	16	0	0	47
De acuerdo	0	14	17	6	37
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0	0	1	1
En desacuerdo	0	0	0	5	5
Total	31	30	17	12	90

Nota. Se aplico una encuesta a un total de 90 personas con cargo de gerentes y contadores.

Tabla 34

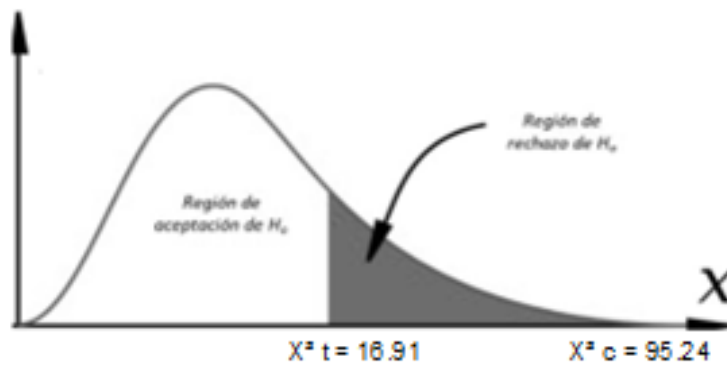
Pruebas de chi-cuadrado N° 7

Prueba estadística	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	95,243a	9	0.000
Razón de verosimilitud	101.252	9	0.000
Asociación lineal por lineal	56.854	1	0.000
N de casos válidos	90		

Nota. a. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.

Figura 27

Pruebas de chi-cuadrado N° 7



Resultados e interpretación

El valor de χ^2 crítico = 95.24 es mayor que χ^2 teórico = 16.91, por lo que “se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 ”, concluyendo que “El planeamiento estratégico financiero incide en la productividad empresarial de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 - 2021”.

CAPITULO VI: DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Discusión

La investigación tiene como fin determinar la incidencia del planeamiento estratégico financiero en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 – 2021, “de acuerdo con los resultados obtenidos se resuelve que las hipótesis propuestas son verdaderas”.

Los hallazgos con relación a la variable independiente planeamiento estratégico financiero se encontró lo siguiente:

- a. En las empresas del sector de investigación deben implementar el uso del presupuesto financiero que es la principal herramienta que les permitirá a los empresarios saber cuáles son sus ingresos y gastos, organizar el

dinero para el uso eficiente, fijar prioridades, minimizar riesgo de incumplimiento y realizar comparaciones periódicamente entre lo presupuestado versus lo ejecutado en un tiempo determinado, para su implementación debe seguir estos 4 pasos: formulación, discusión y aprobación, ejecución y seguimiento y evaluación, lo mencionado anteriormente guarda relación con **Arroyo (2022)** en su tesis : “EFECTOS DE LOS PRESUPUESTOS EN LA GESTION FINANCIERA DE LAS MEDIANAS EMPRESAS INMOBILIARIAS EN LOS DISTRITOS DE MAGDALENA DEL MAR, SANTIAGO DE SURCO Y MIRAFLORES – LIMA, PERIODO 2020-2021”, quien manifiesta que: con aplicar el presupuesto, se busca eliminar los márgenes que se presentan como erros, pues la rentabilidad que deben tener sus proyectos deben ser claros y concisos, para que así permitan optimizar su gestión.

- b. Asimismo, los controles internos aplicados dentro de la compañía no cumplen con el principio de eficacia y eficiencia, implementar un control conlleva a que cada componente debe estar en cada categoría, el cual es esencial para la organización, debiéndose convertirse en un proceso que está integrado y dinámico de manera permanente; además cada una de ellas tiene establecidos objetivos, políticas y estrategias que están relacionadas entre sí, buscando garantizar el desarrollo organizacional y cumplir con las metas, lo cual se relaciona con **Alvarez (2019)** en su tesis: “IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y LA OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL SECTOR DE CLUBES DE PLAYA EN PUNTA CORRIENTES, PUCUSANA – LIMA 2017-2018”, quien manifiesta: que no hay un control de operaciones para

aquellas áreas que son los ingresos y gastos, porque se carece de un orden documentario donde este sustentado cada operación que se realiza en este sector, pues la carencia es por falta de presupuesto, pues no se puede contratar personal adecuado que cumpla con los objetivos y las metas que han sido diseñadas para tal fin.

- c. Por otro lado, el uso del Planeamiento estratégico financiero dentro de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial debe implementar en estas fases: prospectiva, estratégica, institucional y de seguimiento, todo con el objetivo de generar un plan de empresa que defina todo aquello que quieren conseguir y como lo van a lograr en el corto y largo plazo, lo antes mencionado se relaciona con **Arias (2021)** en su tesis: “EFECTOS DEL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO EN LA GESTION FINANCIERA DE LAS EMPRESAS AUTOMOTRICES DEL SECTOR PREMIUM EN LIMA METROPOLITANA, PERU, 2019-2020”, quien manifiesta: que diferentes empresas tienen como enfoque captar clientes, dejando a un lado el diseño que es importante para alcanzar sus metas, pues lograr la fidelización a la organización, es logrando que crezcan continuamente y permanente en sus ventas, pues los efectos encontrados son la financiera y la captación de los consumidores.

Los hallazgos con relación a la variable dependiente productividad empresarial se encontró lo siguiente:

- d. Así también de importante para las compañías del sector es el clima organizacional que no se mide aplicando herramientas de recolección de información neutral y es poco valorado, se debe implementar una política

de puertas abiertas fomentando la comunicación abierta, la retroalimentación, retención de talentos y el debate independientemente de las jerarquías, crear una cultura de generar confianza con la empresa, lo antes mencionado se relaciona con **Gomez (2018)** en su tesis: “LA INFLUENCIA DEL LIDERAZGO FEMENINO EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE TRES EMPRESAS LIMEÑAS”, quien manifiesta: Las organizaciones son sistemas adaptativos complejos debido a que los agentes de un sistema actúan de manera independiente y son afectados por agentes externos del medio ambiente que las rodea, porque además interviene el factor humano. Además, las personas son sistemas sociales donde las relaciones entre las personas deben desempeñar diferentes roles, debiendo asumir responsabilidades en la actuación, liderazgo y actuar como seguidores.

- e. Asimismo, se generaron baja rentabilidad dentro de las empresas por los años de investigación, por lo que es prioridad trabajar en este factor comprendiendo que es lo que necesita el cliente, buscando formas eficientes de ahorro, fidelizando clientes saludables que nos paguen sus facturas dentro de los plazos , asegurándose que los precios sean los adecuados, revisando el desempeño financiero al realizar pagos contra entrega con los proveedores, revisando la planificación tributaria con el fin de aprovechar todos los recursos para pagar menos impuestos, y reducir los costos de operación, lo antes mencionado guarda relación con **Caycho (2022)** en su tesis: “LA AUDITORIA DE GESTION Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR INFORMatico DE LIMA METROPOLITANA, 2019 -2020”, quien

manifiesta: La rentabilidad tiene que ver con el resultado que las empresas puedan obtener de sus inversiones y para ellos es necesario realizar diferentes mecanismos que puedan ayudar al crecimiento, pues la ejecución de estos, brinda un servicio apropiado y de calidad para los clientes, dado que al obtener un nivel de ingreso sostenible provocará mayor rentabilidad, pero se debe realizar gastos precisos y no exagerados, lo cual provocará un reforzamiento y contratación de talentos que darán el empuje necesario para el crecimiento y fortalecimiento de dichas empresas.

- f. Finalmente, dichas compañías durante los años de investigación fueron poco rentables en su gran mayoría por todos los factores antes expuestos, lo cual demuestra que es de vital importancia la implementación de un plan estratégico financiero en el corto plazo, lo antes mencionado se relaciona con **Navarro (2021)** en su tesis: “EFECTOS DE LAS INVERSIONES EN TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL METALMECANICA EN LA REGION LIMA, AÑOS 2018-2020”, quien manifiesta: La competitividad que se aprecia en el entorno es alto, es por ello que las empresas deben mejorar para poder brindar calidad en sus seervicios, el cual debe estar acompañado de inversiones en relación a la innovación y tecnología, los cuales darán resultados favorables y podrán adaptarse al mercado para competir y no perder en el intento, pues las que no se atreven tienen muchas posibilidades de quedar fuera de competencia y perder todos sus inversiones, pues los que fueron encuestados tienen experiencia en el área y conocen lo que deben

realizar las organizaciones para que puedan obtener beneficios a corto como a largo plazo, pues las innovaciones a nivel tecnológico es el apropiado, dado que los clientes muchas veces sus adquisiciones son online.

6.2 Conclusiones

- a. La administración presupuestal incide en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial región Lima, porque el presupuesto de corto plazo es la guía de referencia para comparar los resultados obtenidos versus lo proyectado, dicha relación fue calificada como favorable, ya que el valor obtenido de correlación de chi-cuadrado de Pearson fue de 225.257.
- b. El control interno incide “en el riesgo financiero” en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima, porque las políticas financieras que implementen este tipo de empresas, dicha relación fue calificada como favorable, ya que el valor obtenido de correlación de chi-cuadrado de Pearson fue de 290.962.
- c. La gestión empresarial incide en la cultura organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima, porque buscan desarrollar la cultura del éxito orientado a resultados para evaluar el desempeño de cada uno de estos integrantes, dicha relación fue calificada como favorable, ya que el valor obtenido de correlación de chi-cuadrado de Pearson

fue de 134.223.

- d. La creación de valor incide en la innovación estratégica en las compañías del sector de “comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima”, porque hoy en día las empresas deben destinar presupuestos para la innovación de productos y tecnologías y de esta forma garantizar el aumento del valor de las empresas en el largo plazo, dicha relación fue calificada como favorable, ya que el valor obtenido de correlación de chi-cuadrado de Pearson fue de 170.134.
- e. La estrategia de crecimiento incide en “la rentabilidad financiera” en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima, porque el crecimiento de las ventas es el principal indicador para generar rentabilidad financiera en el corto y largo plazo, dicha relación fue calificada como favorable, ya que el valor obtenido de correlación de chi-cuadrado de Pearson fue de 216.718.
- f. La competitividad empresarial incide en la participación del mercado en las compañías del sector de comercialización de “artículos de seguridad industrial en la región de Lima”, debido a que productos y servicios basados en políticas de calidad mejoran la fidelización de los clientes y por ende su participación de mercado, dicha relación fue calificada como favorable, ya que el valor obtenido de correlación de chi-cuadrado de Pearson fue de 112.318.
- g. Finalmente “se concluye que el planeamiento estratégico financiero incide en la productividad empresarial de las compañías del sector de

comercialización de artículos de seguridad industrial”, región Lima 2020 – 2021, debido a que la fase de planeamiento es un compromiso de la alta dirección para alcanzar las metas financieras, dicha relación fue calificada como favorable, ya que el valor obtenido de correlación de chi-cuadrado de Pearson fue de 95.243.

6.3 Recomendaciones

- a. Un presupuesto financiero tiene la finalidad de monitorear el cumplimiento de los objetivos propuestos dentro del año de ejecución para tener la información financiera fehaciente y nos muestre el alcance de objetivos en el corto, mediano y largo plazo, se recomienda elaborar de forma anticipada un plan estratégico, definiendo metas, realizando pronóstico de ingresos, propuestas de gastos y analizando el flujo de efectivo.
- b. Para evitar riesgos financieros en el corto, mediano y largo plazo, es pertinente incorporar un sistema de control interno que; establezca un monitoreo adecuado de las operaciones, evalúe los riesgos en todas las áreas, documentar actividades de control asignando responsables y configurar un sistema de comunicación asertiva de forma periódica.
- c. Para crear cultura organizacional, se recomienda diseñar y difundir con los trabajadores de la compañía, el objetivo de la empresa, definiendo sus valores y determinando la misión y visión, dicha comunicación fomentará en los trabajadores un mejor lugar para trabajar ya que al ser involucrados se fortalecerá el compromiso con la compañía.
- d. Para diversificar su portafolio de productos en ser más innovadores y con mejor tecnología, que los diferencie de la competencia se deberá

promover para que el área de desarrollo postule a los concursos de innovación con fondos no reembolsables que son implementados por el ministerio de la producción, y de esta forma mejorar las ventas.

- e. Para mejorar el margen de rentabilidad del negocio se debe descentralizar las ventas a provincias e implementar nuevos canales de distribución en el sector retail y ferretero.
- f. Invertir en tecnologías disruptivas como la inteligencia emocional, analítica de datos, la robótica para mejorar sus niveles de competitividad y permitir que estas empresas puedan explorar oportunidades de vender sus productos en otros países del extranjero.
- g. Finalmente se recomienda que las empresas de seguridad implementen un tablero de comando con indicadores comerciales, financieros y de marketing para evaluar periódicamente el nivel de competitividad y como esta influye en la mejora de la productividad.

FUENTES DE INFORMACION

- (IFAC), I. F. (2016). Normas Internacionales de Auditoría (NIAs). *Normas Internacionales de Auditoría (NIAs)*. Estados Unidos: Auditing and Assurance Standards (IAASB).
- Alarco Vega, Giuliana Isabel; Porras Jarufe, Karime Paola;. (diciembre de 2013). Planeamiento estrategico del Grupo Empresarial JP. *Planeamiento estrategico del Grupo Empresarial JP*. Lima, Lima, Peru: Tesis - PUCP.
- Alvarez Marquez, C. G. (2019). IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y LA OPTIMIZACION DE LA GESTION ADMINISTRATIVA DEL SECTOR DE CLUBES DE PLAYA EN PUNTA CORRIENTE, PUCUSANA - LIMA 2017-2018. *Tesis de maestria*. Universidad San Martin de Porres, Lima, Peru.
- Apaza Meza, M., & Barrantes Sanchez, E. (2020). *Administracion financiera*. Lima: Instituto Pacifico S.A.C.
- Arias LLaja, M. (2021). EFECTOS DEL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO FINANCIERO EN LA GESTION FINANCIERA DE LAS EMPRESAS AUTOMOTRICES DEL SECTOR PREMIUM EN LIMA METROPOLITANA, PERU, 2019-2020. *Tesis de Maestria*. Universidad San Martin de Porras, Lima, Peru.
- Arranza, M. R. (2018). *Estudio "Creciendo con productividad, una genda para la region andina"/BID*. Lima: BID.
- Arroyo Paredes, S. R. (2022). EFECTOS DE LOS PRESUPUESTOS EN LA GESTION FINANCIERA DE LAS MEDIANAS EMPRESAS INMOBILIARIAS EN LOS DISTRITOS DE MAGDALENA DEL MAR, SANTIAGO DE SURCO Y MIRAFLORES - LIMA, PERIODO 2020-2021. *Tesis de Maestria*. Universidad San Martin de Porres, Lima, Peru.
- Carro Paz, R. (2012). *Productividad y competitividad*.
- Castillo, N. (10 de 07 de 2018). El Comercio. *BID:¿Por que la productivida se ha estancado en el Peru?*, págs. 1-2.
- Castro, A. M. (2014). *Planeacion Financiera*. Mexico: Primera edicion EBOOK.
- Caycho Vivanco, R. G. (2022). LA AUDITORIA DE GESTION Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR INFORMATICO DE LIMA METROPOLITANA, 2019-2020. *Tesis de Maestria*. Universidad San Martin de Porres, Lima, Peru.
- Chambergu Guillermo, I. (2009). *Analisis decostos y presupuestos en el planemaiento estrategico gerencial*. Lima: Instituto pacifico SAC.
- Chambergu Guillermo, I. (2016). *Costos para gerenciar organizaciones por sectores economicos*. Lima: Pacifico editores SAC.
- Chango, K. N. (19 de agosto de 2020). La planificacion financiera y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Bluecorp S.A. año 2022. *Maestría en finanzas y economia empresarial*. Guayaquil, Universidad catolica de santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Fundacion de invetigaciones economicas latinoamericanas. (2002). *Productividad, competitividad, empresas Los engranajes del crecimiento*. Buenos Aires, Argentina: Hecho el deposito que marca la ley 11.723.
- Gomez Restrepo, N. (2018). LA INFLUENCIA DEL LIDERAZGO FEMENINO EN LA CUTLURA ORGANIZACIONAL DE TRES EMPRESAS LIMEÑAS. *Tesis de Maestria*. Universidad San Martin de Porres, Lima, Peru.
- Group, C. P. (27 de 10 de 2020). *Prana Marketing Group*. Obtenido de Prana Marketing Group: <https://pranagroup.mx/blog/retribucion-para-tu-negocio/ques-la-rentabilidad-de-una-empresa-y-como-se-calcula-628/>
https://lima.infoisinfo.com.pe/busqueda/equipos_para_seguridad_industrial/2. (03 de

- 2023). *Infoinfo*. Obtenido de Infoinfo: https://lima.infoinfo.com.pe/busqueda/equipos_para_seguridad_industrial/2
- Inicie y mejore su negocio (IMESUN). (2016). *EL recurso humano y la productividad*. Ginebra, Suiza: Publicaciones de la OIT.
- Javier, R. G. (diciembre de 2019). El proceso estrategico de la empresa: Revision general del marco teorico, propuesta de un nuevo modelo y contrastacion del mismo mediante un estudio empirico en el caso de empresas tecnologicas de internacionalizacion acelerada de la comunidad de Madrid. *Tesis doctoral*. Madrid, Universidad Autonoma de Madrid, España.
- Johan, G. S. (2020). La planeacion estrategica como herramienta para incrementar la productividad y sostenibilidad de las empresas. *Maestria en administracion*. Bogota, Fundacion Universidad de America, Colombia.
- Kawashima Higa, L. M., Maldonado Vicente, G. M., Ramos Martinez, C. A., Sanchez Castellanos, J. E., & Venegas Espinoza, I. A. (2019). Plan estategico 2019-2022 Delta/Signal. *Magister en administracion*. Universidad del Pacifico, Lima, Peru.
- Navarro Cardenas, A. (2021). EFECTOS DE LAS INVERSIONES EN TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL METALMENCANICA EN LA REGION LIMA, AÑOS 2018-2020. *Tesis de Maestria*. Universidad San Martin de Porres, Lima, Peru.
- ON-TIME. (08 de 08 de 2019). Obtenido de ON-TIME: <https://on-time.es/productividad/evolucion-historica/#:~:text=El%20fen%C3%B3meno%20del%20trabajo%20como,cabe%20remontarse%20al%20siglo%20XVIII.&text=Adam%20Smith%20ya%20apunta%20la,productividad%20era%20necesaria%20la%20especializaci%C3%B3n>
- Palacin, R. (2021). *Creacion de valor*. Profit.
- Paz, R. C., & Gonzalez Gomez, D. (2018). *Productividad y competitividad*. Argentina: UNiversidad Mar de la plata.
- PROCIANDINO. (01 de octubre de 1992). Gestion y Planeamiento Estrategico de la Innovacion Tecnologica. *Seminario Multinacional - Gestion y Planeamiento Estrategico de la Innovacion Tecnologica*. Caracas, Venezuela, Venezuela: IICA.
- Quinteros Camacho, J. (2017). *Planeamiento estrategico prospectivo: Metodos MACTOR y SMIC*. Lima: Fondo editorial USIL.
- Quiroga, E. I., Neyra Zegarra, P. E., & Vilcapoma Solis, F. I. (2019). Planeamiento estrategico de la empresa Grupocontext Peru. (2019-2023). *Tesis de Maestria*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Peru.
- Quispe Llantoy, J. A. (22 de junio de 2018). Plan estrategico financiero y rentabilidad durante los periodos 2018 -2022 de la empresa Tai Loy S.A., ubicada en Lima - Peru. *Maestria en finanzas corporativas*. Lima, Universidad Peruana de ciencias aplicadas escuela de postgrado, Peru: Tesis - UPC.
- Riofrio, M. P., Viñan Villagran, J., & Aguilar Poaquiza, J. (2017). *PLneacion financiera y presupuestaria*. Ecuador: ESPOCH.
- Salazar, H. Y. (agosto de 2018). PROPUESTA DE PLAN ESTRATEGICO FINANCIERO Y LA INCIDENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES Y RENDIMIENTO DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS. *Tesis de Maestria*. Piura, Piura, Lima.
- Terrazas Pastor, R. A. (2009). *Modelo de gestion financiera para una organizacion*. Bolivia: Universidad Catolica Boliviana San Pablo.
- Trabajo, O. I. (2016). Mejore su negocio. *El recurso humano y la productividad*. Ginebra , Suiza: Suiza.

ANEXOS

6.4 ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: EL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS COMPAÑIAS DEL SECTOR DE COMERCIALIZACION DE ARTICULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL, REGION LIMA 2020 - 2021.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGIA
<p>1.- Problema general ¿De qué manera el planeamiento estratégico financiero incide en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima Metropolitana 2020 - 2021?</p> <p>2. Problemas específicos a. ¿En qué medida la administración presupuestal incide en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima? b. ¿De qué manera el control interno incide en el riesgo financiero en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima? c. ¿En qué medida la gestión empresarial incide en la cultura organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?</p>	<p>1. Objetivo general Determinar si el planeamiento estratégico financiero, incide en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 - 2021.</p> <p>2.- Objetivos específicos a. Evaluar si la administración presupuestal incide en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima. b. Determinar si el control interno incide en el riesgo financiero en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima. c. Determinar si la gestión empresarial incide en la cultura organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.</p>	<p>1. Hipótesis general El planeamiento estratégico financiero, incide favorablemente en la productividad empresarial de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 - 2021.</p> <p>2.- Hipotesis específicas a. La administración presupuestal incide en la información financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima. b. El control interno incide en el riesgo financiero en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima. c. La gestión empresarial incide en la cultura organizacional en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.</p>	<p>1. Variable Independiente x. Planeamiento Estratégico Financiero Indicadores: x1 Administración presupuestal x2 Control interno x3 Gestión empresarial x4 Creación de valor x5 Estrategia de crecimiento x6 Competitividad empresarial</p>	<p>1.-Diseño metodologico Investigacion no experimental: Transeccinonal correlacional</p> <p>2.-Tipo de investigacion aplicada</p> <p>3.- Estrategia o procedimiento de contrastacion de hipotesis Distribucion chi cuadrado</p> <p>4.- Poblacion La poblacion que conformara la investigacion estuvo delimitada por 51 empresas importadoras del sector de comercializacion de articulos de seguridad industrial de Lima Metropolitana.</p>

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: EL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS COMPAÑIAS DEL SECTOR DE COMERCIALIZACION DE ARTICULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL, REGION LIMA 2020 - 2021.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGIA
d. ¿En qué medida la creación de valor incide en la innovación estratégica en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?	d. Determinar si la creación de valor incide en la innovación estratégica en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.	d. La creación de valor incide en la innovación estratégica en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.	2. Variable Dependiente y. Productividad empresarial Indicadores: y1. Información financiera y2. Riesgo financiero y3. Cultura organizacional y4. Innovación estratégica y5. Rentabilidad financiera y6. Participación de mercado	5.-Muestra Se utilizó la fórmula de muestreo aleatorio simple propuesto por R.B. Avila Acosta en su libro metodología de la investigación y se determinó una muestra de 90 empresas del sector de comercialización de equipos de seguridad industrial en la región Lima.
e. ¿De qué forma la estrategia de crecimiento incide en la rentabilidad financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?	e. Establecer si la estrategia de crecimiento incide en la rentabilidad financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.	e. La estrategia de crecimiento incide en la rentabilidad financiera en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.		6.-Técnicas de recolección de datos Encuesta
f. ¿De qué manera la competitividad empresarial incide en la participación de mercado en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima?	f. Determinar si la competitividad empresarial incide en la participación de mercado en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.	f. La competitividad empresarial incide en la participación de mercado en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial en la región de Lima.		7.-Técnicas para el procesamiento de la información La información será procesada en el software estadístico SPSS, versión 26 en español.

6.5 ANEXO 2

ENCUESTA

La presente técnica tiene por finalidad recabar información importante para el estudio de “**EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO FINANCIERO Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS COMPAÑÍAS DEL SECTOR DE COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL, REGION LIMA 2020 - 2021**”, al respecto se le solicita a usted, que con relación a las preguntas que a continuación se le presentan, tenga a bien marcar con aspa (x) la alternativa que usted considere correcta ya que será de mucha importancia para la investigación que se viene llevando a cabo. Esta técnica es anónima, se le agradecerá su participación.

1.¿Para usted, dentro del periodo de investigación utilizaron la herramienta del presupuesto financiero?

- a.Totalmente de acuerdo ()
- b.De acuerdo ()
- c.Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d.En desacuerdo ()
- e.Totalmente en desacuerdo ()

2.¿Para usted, en el periodo de investigación los controles internos aplicados dentro de la compañía cumplieron con el principio de eficacia y eficiencia?

- a.Totalmente de acuerdo ()
- b.De acuerdo ()
- c.Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d.En desacuerdo ()
- e.Totalmente en desacuerdo ()

3.En su opinión, ¿Se considero la misión y visión de la compañía en línea con los objetivos de la empresa durante el periodo de investigación?

- a.Totalmente de acuerdo ()
- b.De acuerdo ()
- c.Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d.En desacuerdo ()
- e.Totalmente en desacuerdo ()

4.¿Para usted dentro del periodo de investigación la empresa genero rentabilidad por el capital empleado?

- a.Totalmente de acuerdo ()
- b.De acuerdo ()
- c.Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d.En desacuerdo ()
- e.Totalmente en desacuerdo ()

5. En su opinión, ¿Dentro del periodo de investigación la empresa genero crecimiento orgánico?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

6. ¿Considera usted que la compañía apostó por la diversificación de mercados para ampliar sus ventas por el periodo de investigación?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

7. ¿Considera usted importante el uso del planeamiento estratégico financiero dentro de las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

8. ¿Considera usted, que la empresa aplico correctamente las políticas y procedimientos contables bajo las normas y leyes vigentes correspondiente al año

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

9. Para usted ¿La estrategia que aplico la empresa para evitar el riesgo de liquidez fue la más optima, correspondiente al año de investigación?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

10. ¿Considera usted que el clima organizacional dentro de la compañía se midió aplicando herramientas de recolección de información de forma neutral dentro del periodo de investigación?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

11. Considera usted ¿Qué las campañas de marketing digital genero retorno en las ventas dentro de la compañía durante el periodo de investigación?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

12. ¿Para usted dentro del periodo de investigación, la empresa obtuvo crecimiento en margen del negocio?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

13. ¿Considera usted que la compañía ha diseñado su propuesta de valor enfocado a la satisfacción del cliente por el periodo de investigación?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

14. ¿Considera usted, que en el periodo de investigación la compañía alcanzo a generar productividad empresarial?

- a. Totalmente de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Totalmente en desacuerdo ()

6.6 ANEXO 3

ANEXO 3. VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres : Jorge Alberto Lino Bazalar.....
 1.2 Grado Académico : Maestro.....
 1.3 Institución que labora : Vicsa Safety Perú SAC.....
 1.4 Título de la Investigación : "El planeamiento estratégico financiero y su incidencia en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 – 2021".
 1.5 Autor del Instrumento : Consuelo Soledad Salazar Espinoza
 1.6 Maestría : En ciencias contables y financieras con mención en finanzas e inversiones internacionales
 1.7 Criterio de Aplicabilidad :
 a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 b) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: Válido, precisar
 c) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

Indicadores de Evaluación del Instrumento	Criterios Cualitativos Cuantitativos	Deficiente (01 - 09)	Regular (10 - 12)	Bueno (12 - 15)	Muy Bueno (15 - 18)	Excelente (18 - 20)
		01	0 2	03	04	05
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado.					19
2. Objetividad	Esta formulado con conductas observables.					18
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				18	
4. Organización	Existe organización y lógica.				18	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				17	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.				17	
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.					19
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones y variables.				18	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio.					19
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				18	
Sub total					106	75
Total						181

Valoración Cuantitativa (total x 0.4) : 181 x 0.4
 Valoración Cualitativa : 72.4
 Opinión De Aplicabilidad : Objetivo claro, desarrollo entendible y conclusión asertiva.....

Lugar y fecha: Lima, 09 de marzo del 2023

Firma y Post Firma del experto
 DNI N° 45100466

ANEXO 3. VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres : Quispitupac Marcelo Cynthia Paola
- 1.2 Grado Académico : Magister – MBA en UPC
- 1.3 Institución que labora : Benezú y Quispitupac Sociedad Civil de R.L
- 1.4 Título de la Investigación : "El planeamiento estratégico financiero y su incidencia en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 – 2021".
- 1.5 Autor del Instrumento : Consuelo Soledad Salazar Espinoza
- 1.6 Maestría : En ciencias contables y financieras con mención en finanzas e inversiones internacionales
- 1.7 Criterio de Aplicabilidad :
- a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
- b) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: Válido, precisar
- c) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

Indicadores de Evaluación del Instrumento	Criterios Cualitativos Cuantitativos	Deficiente (01 - 09)	Regular (10 - 12)	Bueno (12 - 15)	Muy Bueno (15 - 18)	Excelente (18 - 20)
		01	02	03	04	05
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado.					19
2. Objetividad	Esta formulado con conductas observables.					19
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					19
4. Organización	Existe organización y lógica.					18
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					18
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					18
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.					18
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones y variables.					20
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio.					20
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.					20
Sub total						189
Total						189

- Valoración Cuantitativa (total x 0.4) : $(189 \times 0.4) = 75.6$
- Valoración Cualitativa : Setenta y cinco punto 6
- Opinión De Aplicabilidad : Objetivos claros, desarrollo entendible y conclusión asertiva

Lugar y fecha: Lima, 10 de marzo del 2023.

.....
Firma y Post Firma del experto
DNI N° 41770207

ANEXO 3. VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

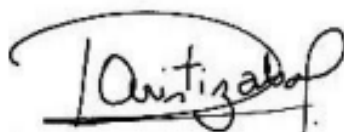
I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres : Aristizabal Castañeda, Rayniero José
 1.2 Grado Académico : Maestro en Finanzas y Doctorando en Humanidades
 1.3 Institución que labora : Universidad Privada de Ciencias Aplicadas y Pontificia Universidad Católica del Perú
 1.4 Título de la Investigación : "El planeamiento estratégico financiero y su incidencia en la productividad empresarial en las compañías del sector de comercialización de artículos de seguridad industrial, región Lima 2020 – 2021".
 1.5 Autor del Instrumento : Consuelo Soledad Salazar Espinoza
 1.6 Maestría : En ciencias contables y financieras con mención en finanzas e inversiones internacionales
 1.7 Criterio de Aplicabilidad :
 a) De 01 a 09: (No válido, reformular) b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 b) De 12 a 15: (Válido, mejorar) d) De 15 a 18: Válido, precisar
 c) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

Indicadores de Evaluación del Instrumento	Criterios Cualitativos Cuantitativos	Deficiente (01 - 09)	Regular (10 - 12)	Bueno (12 - 15)	Muy Bueno (15 - 18)	Excelente (18 - 20)
		01	02	03	04	05
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado.					18
2. Objetividad	Esta formulado con conductas observables.				17	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				17	
4. Organización	Existe organización y lógica.					19
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					18
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.					20
7. Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.					20
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones y variables.				17	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del estudio.				18	
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				15	
Sub total					84	95
Total					179	

- Valoración Cuantitativa (total x 0.4) : 71.6
 Valoración Cualitativa en el mercado peruano : Muy importante para negocios de Distribución y/o Retail tan necesario
 Opinión De Aplicabilidad : Válido, aplicar



Lugar y fecha: San Isidro – Lima, 14/03/2023

Firma y Post Firma del experto
 DNI N° 42707243

