

NOMBRE DEL TRABAJO

PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA ONG- COPEME LAMBAYEQUE- CHICLAYO 2018

AUTOR

Marisol Siounmey Kcomt Samamé

RECUENTO DE PALABRAS

11967 Words

RECUENTO DE CARACTERES

64807 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

54 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

866.3KB

FECHA DE ENTREGA

Jan 9, 2023 11:19 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 9, 2023 11:19 AM GMT-5

● 19% de similitud general

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

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

INTRODUCCIÓN:

1.1. Realidad problemática.

A Nivel Internacional.

Vicuña (2017) afirma que cuando se habla del plan estratégico de la empresa, se hace referencia al plan original, en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas que se han tomado "hoy", en referencia a lo que se hará en el futuro, para crear un negocio competitivo que les permita realizar sus expectativas y objetivos a largo plazo. Y cuando hablamos de planificación estratégica, no debemos pensar en ella como una colección de planes estratégicos adicionales, sino como un proceso que debe comenzar con la aplicación de una determinada metodología y concluir con la creación de un cambio más adecuado.

Respecto a este concepto podemos decir que debemos iniciar siempre con un plan de acción, un plan base, un antes y un después y claro está que esto aplica para cualquier aspecto ya sea de la vida, profesional, académica, etc., solo así podemos tener una guía correcta y alcanzar el éxito. Es decir, que para tener una empresa sólida se debe tener un plan estratégico como base fundamental para el futuro de ella misma.

Sánchez (2019) afirma que, el planteamiento de estrategias se tiene que asumir como un proceso conformado por una serie de decisiones que sigan la siguiente línea: visión, misión, organización, objetivos, metas, ámbito, posicionamiento, estrategias y planes de acción” Es decir que, como proceso, el plan estratégico exige el estudio total de la empresa y su entorno para que de esta manera se resuma y organice toda la información disponible o que se encuentre para plantear conclusiones racionales que permitan formular la estrategia en sí.

Para poder encontrar lo bueno o lo malo que tiene una empresa es necesario estudiarlo en lo más mínimo, a veces en lo más pequeño se puede encontrar la mejor solución para poder llevar a la empresa a que sobresalga. Y cuando se dice el estudio total de la empresa debemos empezar por formularnos esta pregunta ¿Dónde estoy? y ¿Cómo veo mi empresa en un futuro?, analizando esas preguntas podremos tener más clara la visión que queremos realizar para con la empresa.

Según Figueroa (2017), el modelo estratégico no sólo se centra en identificar la raíz del problema, sino también en cómo funciona una organización y

cómo mejorar su situación.

Esto se debe a que las dificultades parten de una exhaustiva búsqueda de la verdad para la resolución de un problema. Por lo tanto, el plan estratégico permite realizar un análisis de circunstancias tanto interna como externa proponiendo estrategias para el desarrollo eficiente y con ello generar resultados positivos para establecer un enfoque para la formación, bienestar y buen desarrollo.

Respecto a este concepto podemos decir que no debemos solo centrarnos en el problema sino también en la mejora, así podremos hacer un balance de lo que marcha bien y mal para tener resultados mucho más satisfactorios, siempre debemos indagar, proponer, plantear, dar lluvias de ideas y así generar muchas propuestas para el cambio.

Cegarra y Martínez (2017) afirman que, las empresas necesitan diferentes herramientas para recoger y analizar los cambios propios de la celeridad que define la época donde estamos, para desarrollar con eficiencia distintas acciones estratégicas. La organización debe ser ágil y, además, veloz a su respuesta en el entorno. Es decir, si hacemos lo que vienen haciendo las organizaciones siempre se van a mantener donde están, en este caso debemos darle un giro total al entono en sí para poder darle el rumbo positivo y al cuál queremos llegar.

Podemos afirmar que una empresa no sólo debe ser una empresa más, sino que tenga otro enfoque, otras cosas que ofrecer, y sólo sabremos eso si analizamos bien el mercado para darle esa originalidad que merece cada una de las empresas y se diferencien de las demás.

Una organización siempre tiene que estar en constante cambio, si sólo se queda con un modelo específico no exploraremos distintas cosas que nos puede ofrecer, pero si no analizamos cada una de ellas y no lo ponemos en marcha quizá nunca sabremos como funcionó y solo se quedó en una opción más.

Morales, Cum y Peña (2020) afirman que, el proceso administrativo o de gestión empresarial se engloba en el avance de actividades básicas tales como: disposición, agrupación, gestión y verificación. Decir que una es más importante que la otra sería ilógica cuando sabemos de qué se trata de un sistema que depende de varias funciones y que todo gerente emplea en el desarrollo de la misma. Cada una de las labores del desarrollo administrativo se apoya de la otra, siendo la base la planificación ya que con ella se desarrolla el resto de las funciones,

y el control que permitirá obtener información para ajustar, medir y tomar decisiones. Está claro que debemos planificar muy bien para poder lograr resultados muy satisfactorios, cada una de las actividades básicas son de suma importancia es por eso que a cada una de ellas se le debe dar seguimiento, apoyo, mejoría y soluciones. Para poder llevar una buena gestión empresarial en primer lugar debemos delegar, no descuidar ningún área de la organización, pero sobre todo se debe saber liderar, base fundamental para el éxito de alguna empresa u organización.

Batista y Estupiñan (2018) Las circunstancias internas y externas confirman que la empresa de hoy no es la misma que la de ayer. Las operaciones diarias de toda empresa se ven afectadas de forma significativa por los cambios que se producen a diario en el mundo. Por ello, cada uno de los componentes clave que conforman la empresa debe adaptarse a los cambios y hacerlo. Cada factor debe contribuir eficazmente a la consecución de los objetivos que estos cambios conllevan. Por ejemplo, el tratamiento del talento humano como capital humano requiere que se le valore por sus capacidades y aptitudes, así como por dar lo mejor de sí mismo en cada tarea que se le encomienda. Este trabajo también debe ser reconocido por la organización. Hoy en día las empresas siempre quieren destacar de otras y se preocupan mucho en su imagen, en cómo mejorar, en sus ingresos, en su posición, y está claro que es de vital importancia, pero se olvidan de la parte más importante que son los trabajadores, un trabajador satisfecho realiza sus labores muy conformes y satisface las necesidades de la empresa sin necesidad de presión sino sacando y entregando lo mejor de cada uno como profesional. Si se quiere un cambio positivo empezaremos por velar por los nuestros, los que manejan, lideran, guían, direccionan nuestra organización.

A Nivel Nacional.

Ramos (2020) afirma que, planificar tiene que ver con soñar (la visión), con analizar una situación actual en la que hay temas que se controlan y otros que no. Establecer metas es parte del proceso de planificación y acabar con todas las posibilidades que haya, sobre todo, con diferenciarse del resto, buscando la originalidad.

Sin embargo, planificar no es suficiente. Es importante realizar el plan, distribuir los recursos necesarios para hacerlo realidad y, además, es fundamental

hacerle seguimiento al plan para así tomar las medidas correctivas necesarias. Acabar con todas las posibilidades es la mejor opción, no rendirse ante cualquier obstáculo y generar siempre lluvia de ideas para darle ese toque de cambios cada cierto tiempo a la empresa. Es por eso que podemos afirmar que la planificación es la suma de una serie de acciones que tienen un objetivo determinado para lograr los propósitos planteados.

Avolio (2015) afirma que a medida que se inician los negocios y pasan los años, las MYPES reconocen que la competencia las obliga a desarrollar una serie de estrategias empresariales que les permitan mantenerse en el mercado y evitar la quiebra. Están relacionadas con la mejora de la calidad de los productos, las estrategias de diferenciación, la segmentación del mercado y las políticas de precios, que constituyen los principales retos para el crecimiento de una organización. En términos de calidad, producción, estrategias de marketing, etc. Siempre es bueno ejercer cierta presión para que todas nuestras ideas florezcan y se desarrollen y para que nuestra organización mejore día a día, en calidad, producto, estrategias de mercado, etc. Siempre es bueno tener un poco de presión para florecer y desarrollar todas las estrategias que tenemos en mente y que nuestra organización mejore con el día a día. En la ONG COPEME siempre nos ponemos en comparación con diferentes organizaciones para poder visualizar por donde va nuestro enfoque y mejorar algunos aspectos, se sabe que el único objetivo es ayudar a los jóvenes. Las competencias de las Mypes nos ayudan a mejorar conforme va el mercado cada día, quizá eso sea motivación para poder superar las expectativas que se tiene en una empresa, sobre todo ayuda a mejorarla, orientarla y sacar mucho más potencial, para que se convierte en una empresa líder que tenga su propia huella.

Calderón (2018) afirma que Actualmente, las empresas que entran en el mercado no saben cuál será su papel ni qué esperan conseguir a corto, medio y largo plazo, porque no han desarrollado un buen plan estratégico. En consecuencia, estas empresas no saben cómo hacer frente a los imprevistos o factores externos que puedan surgir en el camino, porque no disponen de estrategias para abordar tales cuestiones. Uno debe asumir retos para nuestro crecimiento tanto personal como profesional, pero antes de ejecutarlo debemos pensar en TODO, armar un buen plan, saber los pros y los contras, lo que nos va a ocasionar, la problemática

que podamos tener, etc. Es así que cuando se nos presente algún problema en el camino sepamos cómo solucionarlo de acuerdo a nuestro plan y también siempre tener presente que se debe tener un plan b, si sucede algo pues ya tenemos una solución proyectada y no nos tome por sorpresa.

García (2018) afirma que, Muchas empresas se gestionan desde la base y, en consecuencia, sus empleados carecen de claridad sobre su misión, visión y valores organizativos porque sólo los conoce el propietario o el director general de la empresa, pero no se distribuyen a todos los empleados y, por tanto, no forman parte del entorno organizativo. En consecuencia, no existe un punto de partida para establecer metas u objetivos. En una empresa lo primero que se debe hacer es la evaluación de cada empleado, pero no debe quedar ahí, sino enriquecerlos siempre con capacitaciones, prácticas, reuniones que logren plasmar sus ideas y de todo ello sacar siempre algo nuevo que realizar. En la ONG Copeme se preocupan siempre con capacitar a cada persona, no sólo para que exploten sus capacidades, sino para aprendan mucho más y descubran sus habilidades, porque siempre hay algo nuevo por descubrir en cada uno.

Chávez (2017) afirma que la planificación estratégica es sin duda una de las claves del éxito, ya que las empresas que la entienden y la aplican en toda la organización superan a las que no lo hacen. Como se puede ver a nuestro alrededor, las empresas peruanas que han logrado un gran éxito han seguido cada decisión que requiere tener un plan estratégico bien definido. Esto se aplica a todas las organizaciones que planifican un futuro más ágil y a más largo plazo. Una buena planificación conlleva al éxito rotundo de toda organización, sin plan no hay acción, sin estrategias no hay proyección.

Rodríguez (2019) afirma que debido a las limitaciones económicas, las pymes no pueden replicar todas las actividades de responsabilidad social corporativa de los gigantes agroindustriales, pero pueden rescatar algunos de estos modelos y empezar a trabajar en ellos rápidamente. Mejorar el bienestar social de estas pymes forma parte de su misión, que quieren poner en práctica lo antes posible para lograr la estabilidad a largo plazo. La concienciación ciudadana actual es fundamental para garantizar que ³⁷ la responsabilidad social de las empresas sea reconocida ³⁸ en la sociedad y en la mente del consumidor, así como en el mercado laboral; esto proporciona una plataforma para transmitir un mensaje claro a las

personas con el objetivo de reconocer las prácticas empresariales responsables y socialmente responsables. Un consumidor satisfecho con el servicio que se le brinda, da una imagen clara de cómo está dirigiéndose esa organización o empresa, el Consorcio de organizaciones privadas de la micro y pequeña empresa (Copeme) busca siempre convenios y aliados con un solo objetivo, ayudar y capacitar a las personas que necesiten saber la responsabilidad empresarial, y que depende de muchos factores, que van descubriendo en un proceso muy exhaustivo.

A Nivel Local.

La ONG Copeme es una organización no lucrativa. Copeme es una red descentralizada de ONG que trabaja en el Perú desde el año 1991 y que pretende reforzar las microempresas y las pequeñas empresas mediante la prestación de servicios de desarrollo empresarial y microfinanciación, entre otras cosas.

Es una organización privada que promueve el crecimiento de las microempresas y las pequeñas empresas. Tienen convenios con organismos internacionales y alianzas con entidades privadas y del sector público. Brindan asistencia técnica, capacitaciones y asesorías a jóvenes.

Dentro de esta organización tiene como proyecto al programa THE HUB, que brinda a los jóvenes oportunidades laborales y capacitaciones para enfrentarse al mundo laboral.

Este proyecto brinda capacitaciones a jóvenes entre 14 a 25 años que quieran que el proyecto los ayude a encontrar empleo a través de la bolsa de empleo de Lambayeque o descubrir y desarrollar las propias capacidades y aptitudes.

Por ahora solo se tiene aliado al instituto República Federal Alemana que, con esto de la pandemia, se ha dejado un poco de lado las asesorías brindadas, por tiempo de los estudiantes al estar de manera virtual con sus clases, es por eso que se tiene que poner más énfasis a brindar ayuda a los estudiantes ya que muchos necesitan de estas capacitaciones.

La problemática encontrada en este proyecto es la falta de voluntarios y la poca difusión de lo que el proyecto brinda a los jóvenes para desarrollar sus habilidades y emprender en los negocios. También podemos entender que esta organización no tiene un Plan estratégico definido y es por eso que vemos algunas

dificultades en el proceso de dicho proyecto.

2 1.2. Trabajos Previos

A Nivel Internacional

Pabón (2019) en su tesis sobre un 49 Plan estratégico de mejora para la microempresa Ventura en Antioquia-Colombia 34 con el objetivo de realizar un plan estratégico de mejora que permita la optimización del tiempo y el crecimiento productivo y competitivo de la empresa con una población de todos los empleados y consumidores entre los 18 y 40 años de edad. Este rango viene definido por el hecho de que se establece como el grupo de edad más frecuente y activo en la industria papelera, así como una muestra de 25 clientes habituales, 1 propietario y 25 empleados, quienes mediante entrevistas al propietario y cuestionarios para los clientes habituales como herramientas para la recogida de datos básicos e 21 imprescindibles para el desarrollo del proyecto. Es así que se llega a la conclusión que la insuficiente formación de los empleados genera un retroceso organizacional y una falta de confianza para tomar decisiones a favor de este, que no es diferenciado y preferido por los clientes , y falta marketing y publicidad que podría conducir a un aumento de visitas y ventas.

En esta investigación podemos rescatar que tan importante es tener a un personal bien capacitado, que logre descubrir sus habilidades, que sea capaz de liderar, y si logra descubrirlo va a ser capaz de afianzar, mejorar y sobre todo enseñar a muchos otros compañeros de su entorno, con eso se conlleva a un eficiente trabajo que ayude no sólo a generar ingresos sino a posicionarse en el mercado.

Samaniego (2019) investigó sobre “Plan Estratégico para la fundación Familia Salinas, provincia Bolívar periodo 2019-2023 – Riobamba, Ecuador” Teniendo como objetivo primordial el desarrollo 50 de un plan estratégico que les permita incrementar su rentabilidad y establecer las estrategias, políticas y planes necesarios para lograr una adecuada gestión y crecimiento. Con una población de 58 trabajadores y en este caso no se aplica muestra porque la población es finita como resultado se aplica a toda la población, o sea el 100% de la población, la cual está representada por 58 personas teniendo como instrumento una guía de entrevista y un cuestionario, 1 llegando a la conclusión de que la fundación carece de un plan estratégico de negocios que describa su plan, misión, visión, valores y

políticas de negocio, por lo cual es fundamental proponer y desarrollar el mismo. Valores y políticas empresariales, para lo cual es fundamental proponer y desarrollar las mismas.

Debemos tener claro a dónde queremos ir y que queremos lograr, con una buena planeación nuestros objetivos se vuelven más claros y específicos.

Asencio y Santillán (2020) investigaron sobre “Plan estratégico para el posicionamiento de la Fundación Huancavilca-Guayaquil. Con el objetivo principal de proponer un plan estratégico que permita formular estrategias adecuadas a partir de los resultados obtenidos, se ha realizado un minucioso estudio de la situación actual, tanto interna como externa, con el fin de corregir errores e impulsar la conversión de recursos y procesos en puntos fuertes. Considerando como población y muestra a los usuarios y empleados de los distintos departamentos de la fundación, utilizando como herramientas las entrevistas, los grupos de discusión y los formularios de observación, y llegando a la conclusión de que, debido a que la organización carece de un experto en marketing que organice y aplique las estrategias de marketing, los recursos humanos carecen ocasionalmente de conocimientos sobre los proyectos que se están llevando a cabo.

En esta investigación podemos decir que tan importante son las asesorías en todo ámbito, una buena capacitación es un escalón más hacia la manera correcta de cómo direccionar a una organización, cada área de una empresa siempre tiene que estar conectada para que la misión y visión vaya por una misma línea y con resultados positivos, en Copeme cada asesoría brindada es hecha y desarrollada con un solo propósito, beneficiar a los jóvenes en su desarrollo profesional y que estén preparados para enfrentarla.

Fajardo (2017) investigó sobre “Formulación de un plan de sostenibilidad de la ONG Opción Venezuela” teniendo como objetivo principal formular un plan de sostenibilidad mediante el emprendimiento de acciones diversificadas que agreguen valor a las necesidades específicas de sus clientes potenciales, tuvo como población y muestra a 5 trabajadores, se utilizaron como instrumentos: Análisis Pestel, diseño de sostenibilidad operativa, llegando a la conclusión de un plan de sostenibilidad que permita adaptarse a las necesidades que devenga el actual entorno generando acciones de emprendimiento.

Cuervo y Guercio (2018) investigaron sobre “Plan de Direccionamiento

Estratégico de la Fundación 180° para su sostenibilidad en el municipio de Barrancabermeja-Colombia” teniendo como objetivo principal realizar un direccionamiento estratégico y un diagnóstico para examinar los factores internos y externos que permiten determinar los puntos fuertes, débiles, oportunidades y amenazas de la organización. Teniendo como población 17 personas con un muestreo de 40 beneficiarios, utilizando como instrumento un cuestionario y una entrevista. Concluyendo que herramientas administrativas como el DOFA permitieron un trabajo interesante y extenso, sirviendo de base para desarrollar estrategias acordes con las realidades económicas, sociales y políticas a las que se enfrentan las organizaciones actuales e implicando a la dirección de la empresa y a todos sus miembros. Estas estrategias articulaban la misión, la visión, los objetivos y las políticas de la empresa, permitiendo ver el futuro.

En esta investigación podemos decir que, al crear una empresa, la misión y la visión deben estar siempre muy claras y definidas y deben comunicarse a todos los componentes de la organización para que todos puedan desarrollar su trabajo con plena comprensión de los objetivos y un enfoque común.

Claire (2018) investigó sobre “Diseño de un modelo de gestión estratégica para incrementar la competitividad de una organización no gubernamental” – Bolivia, con el objetivo de diseñar un modelo de gestión estratégica adecuado a una ONG de servicios integrales. Se tuvo como población 200 personas y con una muestra de 168 empleados con los diferentes niveles jerárquicos de la institución, utilizando como instrumentos: entrevistas, observación estructurada y grupos de trabajo. Teniendo como conclusión que la institución tiene herramientas y sistemas de trabajo que no pueden ser paralelos a esta propuesta, el reto fue y sigue siendo la integración de estas prácticas institucionales a una perspectiva y a un modelo estratégico, y el desarrollo de un modelo adecuado a estas prácticas.

Podemos deducir que tan importante es utilizar correctamente las herramientas dentro de una organización para lograr desarrollar las tareas y mejorar cada procedimiento que pueda manejar cada empresa.

Merchán (2019) investigó “La consultoría de Gestión en el desarrollo organizacional de las Mipymes del Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, Ecuador año 2017” Teniendo como objetivo proponer un modelo de consultoría en

gestión administrativa que contribuya al crecimiento organizacional en este campo debido a la evidente falta de planeación, coherencia, orden y disciplina por parte de los gerentes o propietarios, particularmente por carecer de un adecuado plan estratégico que los dirija hacia el logro de sus objetivos, lo cual repercute negativamente en el desempeño de los procesos internos. Con una población de 159 Mipymes y con una muestra de 156 mipymes legalmente inscritos y tuvo como instrumentos aplicar una entrevista y una encuesta, llegando a la conclusión que Los propietarios o directivos no realizan el diagnóstico de situación necesario, sino que muchos de ellos trabajan de forma errónea, lo que afecta a la gestión administrativa de las empresas.

La importancia de una buena planeación minimiza el riesgo de cambios bruscos y que se tenga que realizar trabajos a la deriva sin ningún plan en marcha. Una buena planeación es un futuro encaminado positivamente.

Ortega y Hernández (2018) investigaron sobre “Planeación estratégica de la fundación Hogar del Espíritu Santo, sede Cali, 2018” con el objetivo de diseñar la planificación estratégica, formular la estrategia de la fundación y Planificar la implementación. Su población y muestra fue de un hombre de 38 años y 1 mujer de 35 años, utilizando los instrumentos de matriz de análisis foda y entrevistas, llegando a la conclusión que la organización ahora tiene una guía sobre cómo implementar la planificación estratégica en cualquier proyecto que desee incluir en su estructura administrativa porque se completó satisfactoriamente a través de un diseño metódico.

En esta investigación deducimos que podemos tener una guía, pero si no sabemos cómo encaminarla no se lograría nada, es por eso la importancia de capacitaciones, de motivación, de saber organizarse, de saber planificar.

Maguregui, Corral y Elechiguerra (2017) investigaron sobre Análisis de los objetivos estratégicos y los indicadores de gestión en las organizaciones sin ánimo de lucro. Aplicación empírica para el país Vasco” determinar si estas organizaciones han establecido indicadores de gestión para evaluar la consecución de sus objetivos estratégicos de CMI y saber si sus dirigentes creen que los indicadores que proponemos en el estudio son suficientemente pertinentes para implantarlos en su organización. Con una población de 642 empresas y como muestra 194 usando como instrumentos cuestionarios, llegando a la conclusión que

la ESFL debe integrar sus objetivos sociales con sus objetivos económicos y financieros de manera equilibrada. Por ello, la alineación de los objetivos estratégicos es fundamental en su gestión.

En esta investigación podemos observar que se tiene un problema muy grande respecto a la falta de recursos financieros para el buen desarrollo de la organización, es por eso que un buen plan estratégico nos permite mejorarlo y ver fortalezas y debilidades.

A Nivel Nacional

Boñon (2018) investigó sobre "Planeamiento estratégico como guía para lograr la competitividad de la I.E.P William Prescott, periodo 2014-2019 Cajamarca" con el objetivo de la formulación del plan estratégico para la institución, mejorar su competitividad y, como resultado, establecer un enfoque firme en su rendimiento organizativo. Tienen una población de 48 personas y su muestra es tipo censo es decir se encuestó a todo el personal. Esta decisión se tomó en el entendimiento de que era necesario examinar las percepciones de los ciudadanos en su totalidad porque el tema de la planificación estratégica lo merecía. Tuvo como instrumento el censo y se recopiló información de diferentes fuentes como trabajos monográficos, tesis, revistas, periódicos, bibliografía, etc. Por lo tanto, se concluyó que tras realizar un análisis externo, se determinó que no se había llevado a cabo ningún estudio de mercado para determinar las preferencias y necesidades de los padres. Además, no se hacía un uso adecuado de los medios publicitarios para atraer a nuevos clientes, y un análisis interno reveló que la principal debilidad de La I.E.P. William Prescott era la falta de un plan estratégico. Sin una misión, visión, metas estratégicas, objetivos operativos y estrategias tácticas, la institución es incapaz de determinar su dirección, cómo llevar a cabo sus actividades, etc.

En esta investigación se deduce que tan importante es conocer el ámbito donde uno va a desarrollarse, estudiar el mercado, analizar los riesgos, las situaciones, etc. Un análisis general hace que veamos mucho mejor y más claro en donde uno va a desarrollar todas sus competencias y habilidades, teniendo en claro que siempre habrá caídas, pero con la mentalidad positiva ante cualquier circunstancia.

Angeles (2018) investigó sobre "Proceso administrativo y gestión empresarial de la E.I.R.L. Coprobas en la ciudad de Lima el año 2016" Con el

objetivo de determinar cómo afecta la gestión gerencial a los procesos administrativos, se reunió una población muestral de 15 empleados, dos jefes de área y un gerente. Se trataba de una población pequeña, manejable y de fácil acceso para los fines de la investigación, que podía estudiarse utilizando un modelo. Los resultados del estudio, que incluyeron el uso de un cuestionario dirigido a los empleados, la escala de Likert para la recopilación de datos y entrevistas con directivos y supervisores, revelaron que las funciones del proceso administrativo no se llevan a cabo correctamente, no están a la altura de lo que constituye una buena gestión administrativa y no existe ningún sistema para motivar al personal de modo que pueda desempeñar sus funciones con eficacia.

En esta investigación refiere todos los puntos estratégicos del cual se desea mejorar es por ello que se debe planificar, organizar y llevar a cabo un plan. En la ONG Copeme se lleva un control para mejorar la calidad que brindan a sus estudiantes.

Choy (2019) investigó sobre “Gestión empresarial y su influencia en la rentabilidad de la empresa DYNAMO GROUP E.I.R.L., ciudad de Tarapoto, 2019” con el objetivo de determinar el impacto de la gestión empresarial en la rentabilidad de la empresa, la población estaba formada por los 35 empleados de los proyectos de la empresa, y la demostración, por un total de 15 empleados del proyecto. Para recopilar los datos se utilizaron como herramientas cuestionarios y formularios de recogida de datos para el análisis de documentos. Como resultado, se determinó que la gestión directiva afecta positiva y significativamente a la capacidad de la empresa para generar ingresos. Por eso, fue posible demostrar a través de la prueba estadística de (Rho Spearman) que la fuerza de la relación es de 0,628 y que existe una probabilidad asociada a ella, indicando que la correlación es moderadamente positiva. Con esto, se rechaza la H_0 y, en consecuencia, se acepta la hipótesis alterna (H_i).

Podemos decir que una buena gestión empresarial nos ayuda a tener una adecuada organización, nos da equilibrio a los cambios que se puedan genera, nos ayuda a alcanzar las metas a futuro. Nos da una ventaja competitiva para un óptimo crecimiento y desarrollo.

Pedraza (2019) investigó sobre “Gestión administrativa y calidad de servicio de la Asociación Civil Hermana Tierra O.N.G. Callao-Perú, 2019” con el

objetivo principal de determinar cómo afecta la gestión administrativa a la calidad del servicio, con una población constituida por 58 voluntarios y una muestra de 51 voluntarios utilizando como instrumento un cuestionario con 22 preguntas, teniendo como conclusión que se obtuvieron resultados significativos que demostraban la conexión entre la gestión administrativa y la calidad del servicio.

Atúncar (2018) investigó sobre “Programa de educación en gestión empresarial ofrecido por la ONG Alternativa para el desarrollo de capacidades en la micro y pequeña empresa (MYPES) en el distrito de San Martín de Porres- Lima” tuvo como objetivo principalmente evaluar el impacto de la educación empresarial del programa en una población de 50 empresarios de la que se extrajo una muestra de 15 pequeñas empresas y microempresas que participaron en el programa. Como instrumentos de investigación se utilizaron un cuestionario y una lista Cotejo, teniendo como resultados y llegando a la conclusión de que, mientras que el 60% de los participantes en la prueba previa no sabía nada sobre planificación, sólo el 13,3% no sabía lo mismo sobre organización, lo que indica una influencia programática significativa.

Mamani y Llasa (2019) investigaron sobre ⁴ influencia de la Satisfacción de los Empresarios en la Sostenibilidad del Proyecto “Generación de Negocios” de la ONG Perspectiva en la Comuna de Alto Huarca, Provincia de Espinar, 2019”, que tuvo ²⁷ como objetivo principal explicar la influencia de la imagen del programa, de las expectativas y de la calidad de gestión, tuvo como población a 509 emprendedores y una muestra de 220 emprendedores utilizando como instrumento una encuesta y habiéndose realizado el coeficiente de Pearson, llegando a la conclusión de que cuanto más satisfechos estén los empresarios, mayor será el impacto.

Alvitez y Ramírez (2020) investigaron sobre “Diseño de un plan estratégico para mejorar la sostenibilidad de la organización de voluntarios Donando Sonrisas en la ciudad de Trujillo, 2020.” con el objetivo de determinar cómo el desarrollo ⁴ de un plan estratégico mejora la sostenibilidad de la organización. Todos los miembros de la organización fueron designados como población con un total de 99 voluntarios y su muestra fue de 109 utilizando como instrumentos una encuesta y un cuestionario, como resultado de la conclusión de ⁴ que los voluntarios desconocen los componentes de la organización y 60,61% de

ellos no reconoce la misión de la organización, se entiende que la dirección general no motiva a los voluntarios a sentirse vinculados y comprometidos con la organización.

A Nivel Local

Peña (2018) investigó sobre Plan de viabilidad de una organización sin fines de lucro para la ejecución de proyectos sociales en el distrito de Lambayeque, Provincia de Chiclayo”, con el fin de determinar la legitimidad de una ONG encargada de desarrollar y ejecutar proyectos sociales. La población se dividió en dos grupos: el primero representaba a la población necesitada de ayuda para resolver sus problemas sociales y el segundo representaba a las organizaciones públicas o privadas dispuestas a colaborar, e incluía una muestra de 172 personas. Para los datos primarios se recurrió a encuestas y entrevistas, y para los secundarios a la revisión de diversos documentos e informes obtenidos de libros e Internet. Llegando a la conclusión y se constató que existe una necesidad insatisfecha y que, con el establecimiento de una organización sin fines de lucro, las personas tendrán acceso a los recursos que necesitan para salir de la pobreza y la indigencia en su situación actual. Como resultado, el proyecto es comercialmente viable.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. Planeación Estratégico.

Martínez (2020) Implica fijar metas u objetivos y elegir los métodos más prácticos para llegar a ellos (planes y programas). Además, implica un proceso de toma de decisiones, un proceso de previsión (anticipación), visualización (representación del futuro deseado) y predeterminación (toma acciones para lograr el concepto de predecir el futuro). (pág. 124).

Pietro (2019) plantea que es importante en cualquier tipo de organización por lo siguiente (pág. 71):

- Compara el presente con el futuro
- Reduce el grado de incertidumbre
- Mejora la comunicación de la empresa
- Facilita la evaluación y la retroalimentación
- Optimiza la toma de decisiones
- Genera un alto grado de compromiso y pertenencia

Proceso Estratégico

Para Pietro (2019). Las organizaciones deben conocer sus fines, propósitos y todo aquello que compone su razón de existir en el sector donde opera y su incidencia en el espacio social derivado de sus productos y servicios que ofrece al mercado, (pág. 76).

Los pasos del proceso básico de planeación son:

- Establecer metas
- Definir la situación actual
- Identificar la ayuda y obstáculos
- Desarrollar un plan de acción

Etapas del plan estratégico

Según Revista Espacios (2017) el proceso de administración tiene 3 etapas que a continuación se detalla.

a) Formulación de la estrategia: Las ventajas competitivas a largo plazo vienen determinadas por las estrategias. Cabe señalar que para formular estrategias, una organización debe fijar objetivos anuales, diseñar políticas, inspirar a su plantilla y asignar recursos para asegurar que las estrategias se lleven a cabo. Además, crear una cultura que los apoye, construir una estructura organizativa eficaz, dirigir las actividades tecnológicas del mercado, preparar un presupuesto, desarrollar y utilizar sistemas de información y vincular la compensación de los trabajadores a los resultados de la organización forman parte del proceso de creación de estrategias.

b) Ejecución de la estrategia: Todos los trabajadores y directivos de una organización se verán afectados por las actividades de ejecución de la estrategia. Todas las divisiones y departamentos deben responder a los distintos procesos impulsados por su plan de trabajo global y que redundan en su beneficio. En este ámbito, el reto consiste en inspirar a los líderes y trabajadores de una organización para que laboren con satisfacción y pasión en la consecución de los objetivos establecidos.

c) Evaluación de la estrategia: La fase final de la dirección estratégica es la evaluación de la estrategia. Los directivos necesitan saber cuándo determinadas estrategias no están funcionando correctamente, y la principal forma de obtener esta información es mediante la evaluación de la estrategia.

Dimensiones del Plan estratégico:

Cano (2017) da a conocer las siguientes dimensiones del plan estratégico:

Marco Filosófico

Visión:

Según Cano (2017) Se refiere al futuro deseado y anticipado de la organización. Así esperamos y deseamos que la gente nos reconozca en el futuro. Como tal, es la expresión de nuestro deseo de ver a la organización dentro de un número determinado de años, amplio, complementario y suficiente. Para la organización, debe representar un reto.

La visión debe ser un sueño realista; una acción sin visión es un esfuerzo incesante; Una visión sin acción es una utopía; Una visión actualizada tiene el poder de transformar una organización.

Misión:

La misión de la organización es la luz que ilumina su camino a través de la conciencia humana; es el propósito y la razón de ser de la organización. La declaración de misión de la organización debe apoyarse en su "Cultura Corporativa" (valores, creencias), así como en su "Realidad Situacional" (vida interna e inferencias del entorno)

La formulación de la misión es una declaración de conceptos y comportamientos; debe incluir motivaciones apropiadas, una orientación general, una identidad corporativa y una filosofía rectora. (pag. 16)

Estrategias:

Los niveles ejecutivos de la organización definen un conjunto de tácticas conocidas como estrategias comparativas con el fin de maximizar la capacidad de la organización para lograr. Dado que es importante desarrollar estrategias para eliminar las debilidades y amenazas y aprovechar las fortalezas y oportunidades, es necesario conocer con gran detalle los resultados del análisis DOFA para establecer estrategias comparativas. De este modo, las estrategias podrán compararse con las de sus rivales. Por lo tanto, una estrategia empresarial de éxito es aquella que permite a una empresa superar significativamente a sus rivales por un precio razonable. "En administración, una estrategia se define como " objetivos a largo plazo, criterios para orientar decisiones fundamentales y recopilación de políticas para avanzar en las actividades necesarias " (pág.44)

➤ Clases de Estrategias

1 **Estrategias ofensivas de crecimiento:** Como su nombre indica, buscan fortalecer una organización mediante:

- a. Concentración
- b. **35** Diversificación concéntrica
- c. Integración vertical
- d. Diversificación de conglomerado
- e. Funciones
- f. Operaciones conjuntas

1 **Estrategias defensivas:** se aplican para anticipar problemas o evitar quiebras; tenemos:

- a. Reducción
- b. Desinversión
- c. Liquidación
- d. Recuperación

1 **Estrategias funcionales:** Corresponden a las actividades conjuntas e individuales que deben desarrollarse en cada una de las áreas funcionales de una organización. La puesta en marcha operativa debe implicar en este caso **14** un "plan de acción" que especifique objetivos, plazos, recursos y responsables. (pág. 45)

➤ Las estrategias pueden clasificarse también en:

- **Fo:** Se basan en la utilización de los puntos fuertes internos de una organización para aprovechar las oportunidades externas.

1 - **Do:** Trata de mejorar los defectos internos al tiempo que aprovecha las oportunidades externas. Algunas empresas se benefician de importantes oportunidades externas, pero tienen defectos internos que les impiden aprovecharlas.

1 - **Fa:** Se basa en la utilización de los puntos fuertes de una organización para disminuir el impacto de las amenazas externas. Este objetivo consiste en maximizar los puntos fuertes de la organización al tiempo que se minimizan **1** las amenazas externas.

- **Da:** Este tipo de estrategias se consideran defensivas porque pretenden reducir las debilidades internas.

➤ ¹ **Diseño de Estrategias:**

En la literatura administrativa se ofrecen muchos enfoques y sugerencias diferentes para diseñar estrategias, pero todos coinciden en que ¹ deben tenerse en cuenta la misión, un análisis situacional del entorno interno y externo de la empresa y sus objetivos generales. (pág. 46)

Implementación

- Organiza
- Dirige

Evaluación

Se considera una valiosa herramienta estratégica que permite la identificación de oportunidades y la evaluación del mejor enfoque y tomar decisiones a partir de un conjunto de opciones bien fundadas. (pág. 30)

Compara el desempeño

Tras completar ¹ el análisis DOFA y confirmar las estrategias fundamentales, la organización debe articular sus objetivos estratégicos como puente entre su misión y visión institucional. En consecuencia, los objetivos estratégicos deben ser los puntos que la organización espera alcanzar rápidamente y deben estar en consonancia con su plena comprensión tanto de su entorno interno como externo, o integrar sus estrategias. (pág. 47)

Análisis Interno y externo

a) Análisis Interno:

Se aconsejan los siguientes pasos para el diagnóstico interno de una organización:

- Realizar una lluvia de ideas sobre aspectos ³ de los puntos fuertes y débiles de la organización (se debe recordar ¹ que esto sólo puede hacerlo quien conoce a fondo la empresa). Estos conceptos pueden ser el resultado de una investigación exhaustiva de las condiciones de trabajo internas de la empresa.

➤ **Fortalezas:** Recursos, factores, capacidades y otros aspectos que la organización puede utilizar eficazmente

- **Debilidades:** Limitaciones, deficiencias, defectos u otros aspectos de la organización que dificulten o puedan dificultar la consecución de sus objetivos. (pág. 37)

b) Análisis externo:

1 El perfil de oportunidades y amenazas (POAM) de una organización tiene por objeto analizar su entorno para determinar cómo afecta al éxito de la organización. En la actualidad, las fuerzas incidentales del entorno contra la organización son "fijas", pero pueden cambiarse con la estrategia adecuada.

Oportunidades: Cualquier situación, norma, elemento, noción, elección, etc. Lo ideal es estar presente en el entorno.

Amenaza: Situación desfavorable del entorno que afecta a la supervivencia de la organización.

c) Matriz DOFA

1 Se recopila, organiza e interpreta información sobre la vida interna de la organización y su relación con el entorno, la construcción de la "Matriz DOFA " está en marcha con el objetivo de combinar la información para que podamos elegir las mejores estrategias para "aprovechar las oportunidades, utilizar los puntos fuertes y desviar las amenazas evitando o compensando las debilidades"

DOFA	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias FO 13 ¿Qué hacer, apoyado en las fortalezas, para aprovechar las oportunidades? ¿Cómo aumentar las fortalezas a partir de las oportunidades aprovechables?	Estrategias DO 1 ¿Qué hacer, apoyado en las oportunidades aprovechables, así como en mis fortalezas para disminuir mis debilidades? ¿Cómo vencer mis debilidades aprovechando las oportunidades?
Amenazas	Estrategia FA 1 ¿Qué hacer, apoyado en las oportunidades aprovechables y en mis fortalezas, para contrarrestar las amenazas? ¿Cómo usar algunas fortalezas para evitar o contrarrestar las amenazas?	Estrategia DA ¿Qué hacer, apoyado en las fortalezas y en las oportunidades aprovechables, para reducir al mínimo las debilidades y evitar o contrarrestar las amenazas?

Elaborado por Cano 2017

1.3.2 Gestión empresarial:

a) Planeación

Consiste en decidir los principios que guiarán la acción futura. Consiste en fijar objetivos, definir el estado futuro que se desea y esbozar la línea general de actuación que debe seguirse para alcanzar esos objetivos. (pág. 44)

Punto de mira en la organización

Los planes pueden establecerse en función de los métodos de trabajo, pueden referirse a cómo progresan las actividades a lo largo del tiempo, pueden referirse a los comportamientos esperados o pueden establecerse en relación con la asignación de fondos.

b) Dirección:

Dado que las funciones directivas son necesarias en todos los niveles de la jerarquía organizativa, la dirección impregna toda la estructura organizativa. Los supervisores y responsables se sitúan en el nivel operativo; los mandos intermedios, en el nivel directivo; y los ejecutivos o directores, en el nivel ejecutivo. Para estas tareas, es esencial contar con especiales habilidades de comunicación, liderazgo y motivación. (pág. 46)

Funciones

Las funciones anteriores de planificación y organización hacen referencia a las actividades de acción organizativa. La primera de ellas se centra en la creación de programas de orientación organizativa, y la segunda en la creación de una organización orientada a objetivos establecidos. La función de dirección se refiere a la coordinación de metas y objetivos. (pág. 45)

c) Organización

Es la acción de crear una organización para llevar a cabo una persecución selectiva. Consiste principalmente en estructurar la "organización" para lograr los objetivos, lo que se refiere a la mejor forma de dividir el trabajo y a cómo agrupar y coordinar las tareas de la manera más eficaz. También se refiere al establecimiento de líneas

de autoridad y responsabilidad. Y al grupo de personas y recursos asignados a trabajos concretos. (pág. 45)

Recursos disponibles

- Nivel Operativo: Análisis y descripción de puestos es decir determinar el número total de tareas que requiere cada puesto de trabajo.
- Nivel Medio: Comprende la agrupación de las unidades en función de algún patrón homogéneo.
- Nivel Directivo: Refiere a la organización como un todo y se determina en función a las características de su estructura.

2 1.4. Formulación del problema

Problema principal

¿De qué manera un plan estratégico permitirá mejorar la gestión empresarial de la ONG Copeme, Chiclayo?

36 1.5. Justificación e importancia del estudio.

El programa se inició en marzo del 2020 para fortalecer la capacidad de las organizaciones locales con el objetivo de ofrecer programas innovadores y sostenibles a jóvenes de ambos sexos. La iniciativa empieza por el problema de la juventud en desempleo en las zonas urbanas y centros semi-urbanos a través de un enfoque innovador y de colaboración, aprovechando los esfuerzos de los gobiernos locales, el sector privado y la sociedad civil. Hablamos de la organización ubicada en Chiclayo llamada COPEME el cual desarrolla varios proyectos en el departamento de Lambayeque en beneficio de la población vulnerable e inició con un nuevo programa para promover la empleabilidad y emprendimiento entre los jóvenes de bajos recursos. La iniciativa se ejecuta en alianza con la organización Alternativa. Esta tesis beneficiará al proyecto The Hub ya que se buscará la difusión de dichos programas y beneficios el cual ofrece el proyecto a jóvenes que desean promover su propio negocio o jóvenes que buscan ayuda en la bolsa de empleo del país. Con la ayuda de esta propuesta se puede tener como referencia para poder obtener un mejor resultado y así el proyecto logre lo que se proyectan, pero esta vez teniendo como guía un plan. El desempleo juvenil es uno de los efectos de la crisis

económica que vivimos que más preocupa en la actualidad. Más de la mitad de los jóvenes menores de 25 años que quieren trabajar no tienen la oportunidad de hacerlo, y aproximadamente el 35% de los jóvenes desempleados se encuentran en esta situación.

1.6. Hipótesis.

El Plan Estratégico permitirá planificar situaciones futuras en base a la gestión empresarial de la ONG Copeme Lambayeque

1.7. Objetivos.

1.7.1. Objetivo General

Proponer un plan estratégico para mejorar la gestión empresarial de la ONG- Copeme-Lambayeque, Chiclayo.

1.7.2. Objetivos específicos

Diagnosticar el planeamiento estratégico de la ONG Copeme

Analizar la actual gestión empresarial de la ONG Copeme.

Diseñar un plan estratégico para la mejora de la gestión empresarial de la ONG Copeme.

2. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de investigación:

Enfoque Mixto:

Hernández et al (2018)³ La meta de la investigación mixta no es sustituir a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino usar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de reducir sus debilidades potenciales.

Tipo de Investigación:

Carhuancho et al (2019) Se subraya que el tipo de investigación se define como los pasos específicos que el investigador debe dar en relación con su estudio, las técnicas y los métodos que puede emplear en el desarrollo de la misma. Desde una perspectiva holística que abarca la comprensión de la metodología del proceso de investigación.

Tipo Aplicada

Según Concytec 2018: Tiene por objeto identificar los métodos (metodologías, protocolos y tecnologías) mediante los cuales se puede satisfacer una necesidad conocida y específica a través del conocimiento científico.

Diseño no experimental

¹⁷ La investigación se realizará en contexto de carácter no experimental cuantitativa porque las variables en estudio: Plan Estratégico y Gestión empresarial no serán manipuladas

2.2. Población y muestra:

Población:

Niño (2019). A la hora de describir el objeto de estudio, es necesario partir de la identificación de la población objeto de estudio, que está formada por todos esos elementos (personas, animales, objetos, acontecimientos, fenomenología, etc.).

²⁸ La población para esta investigación está constituida por los trabajadores de la ONG Copeme - Lambayeque que son un total de 10 empleados conformados por coordinadores y personal administrativo.

Muestra:

Salkind (...) un subconjunto de la población. Una buena técnica

museística consiste en maximizar el grupo selecto que mejor representa a la población.

La muestra es correspondiente a 10 trabajadores de la ONG Copeme Lambayeque.

2.3. Variables y operacionalización:

Operacionalización: Se fundamenta en la definición conceptual y operacional de la variable. (Hernández y Mendoza, 2018)

Variable 1: Plan Estratégico

Martínez (2020), Implica fijar metas u objetivos y elegir los medios más prácticos para alcanzarlos (planes y programas). Además, implica un proceso de toma de decisiones, un proceso de previsión (anticipación), visualización (representación del futuro deseado) y predeterminación (toma acciones para lograr el concepto de predecir el futuro). (pág. 124).

Tabla 1: Plan Estratégico

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica o instrumento	Escala
Plan Estratégico	Marco Filosófico	Misión	¿Cuál es el proceso de planeación estratégica que sigue la ONG COPEME Lambayeque? ¿Usted involucra a los trabajadores al momento de fijar objetivos y metas de la organización? ¿Cuáles son las metas o indicadores que se manejan para evaluar los objetivos estratégicos?	Entrevista	Para el Gerente
		Visión			
		Metas			
		Estrategias			
	Implementación	Organiza			
		Dirige			
Evaluación	Compara el desempeño	¿Cuál considera usted que es una fortaleza dentro de su organización y cuál sería una debilidad?			
Análisis Interno	Fortalezas Debilidades	¿Cómo visualiza usted su empresa en 5 años?			
Análisis Externo	Amenazas Oportunidades				

Variable 2: Gestión Empresarial

Rubio (2010)³ Toda empresa o negocio puede existir si obtiene beneficios. Sin beneficios la empresa no tendría capacidad de crecer y desarrollarse. Como organización deberá competir con otras que realicen idénticos productos o servicios. (pg. 7)

Tabla 2: Gestión Empresarial

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica o Instrumento	Escala
Gestión Empresarial	Planificación	Punto de mira en la organización	Conoce usted los objetivos de la organización?	Encuesta / cuestionario	Para los empleados
			¿Participa usted en el planteamiento de metas y objetivos de la organización?		
	Dirección	Funciones	Indicadores de cumplimiento?		
			¿Qué tipo de liderazgo ejercen sus jefes?		
Organización	Recursos Disponibles	¿Lleva usted algún tipo de asesoramiento, seguimiento o evaluación en sus funciones?			
		¿Conoces usted las funciones que debe realizar en la organización?			
Control	Cuantificar	¿Constantemente suelen rotar a los empleados de la empresa en distintas áreas?			
			¿En la empresa desarrollan actividades de control antes, durante y después?		
			¿Puede visualizar el progreso que ha observado respecto a objetivos que se le plantearon en un principio?		

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Para las entrevistas se elaborarán como instrumentos de recolección de datos la encuesta, conjunto de preguntas diseñadas para la obtención de datos necesarios para lograr los objetivos del proyecto.

- **La encuesta:** Realizaremos un cuestionario con diferentes alternativas a los trabajadores de la organización.
- **La entrevista:** Cuestionario que se desarrollará a los directivos de la organización.

2.5. Procedimiento de análisis de datos:

Para iniciar el proceso de la recolección de datos, se contó en primera instancia con la aprobación del tema del proyecto. Para ello se elaboró la matriz de selección que permitió reconocer la problemática a estudiar y verificar si existían antecedentes que permitieran realizar el proyecto.

Una vez fue aprobado el tema de la investigación, la siguiente etapa a realizar fue formular el problema científico, fundamentar la justificación y las limitaciones de la investigación para conocer la situación problemática.

Después, se realizó la revisión de la literatura y de los antecedentes, es decir, se elaboró el marco teórico, los antecedentes, las bases teóricas científicas y la definición de términos básicos.

Seguido de esto se redactó el marco metodológico, lo que permitió conocer el tipo de investigación, el abordaje metodológico, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, identificar los sujetos de la investigación y el escenario en donde se desarrollará. Junto con esta etapa se determinó el marco administrativo, para poder conocer la inversión que se empleó en la elaboración del proyecto de investigación.

2.6. Criterios éticos:

Unifé (2019): La Ética puede ser pensada como un sistema de condiciones de regulación conductual que son fundamentales e innatas al ser humano, definidas posteriormente en este contexto por las interacciones socioculturales y pragmáticas que ha tenido desde su nacimiento, y finalmente modificables por la inteligencia y voluntad basada en la experiencia.

El presente proyecto de investigación tiene como principios éticos la honestidad y el respeto por la dignidad humana. La primera se refiere a reconocer los derechos de autor de las fuentes consultadas para evitar cualquier tipo de plagio.

Lo segundo se busca proteger y respetar a los participantes de la investigación en todo momento, pues la información obtenida de ellos será confidencial y de estricto uso académico. El bienestar de los participantes será lo primero.

III. RESULTADOS

3.1 Tablas y Figuras

Tabla 3.

Genero

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	5	50.0%
masculino	5	50.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018

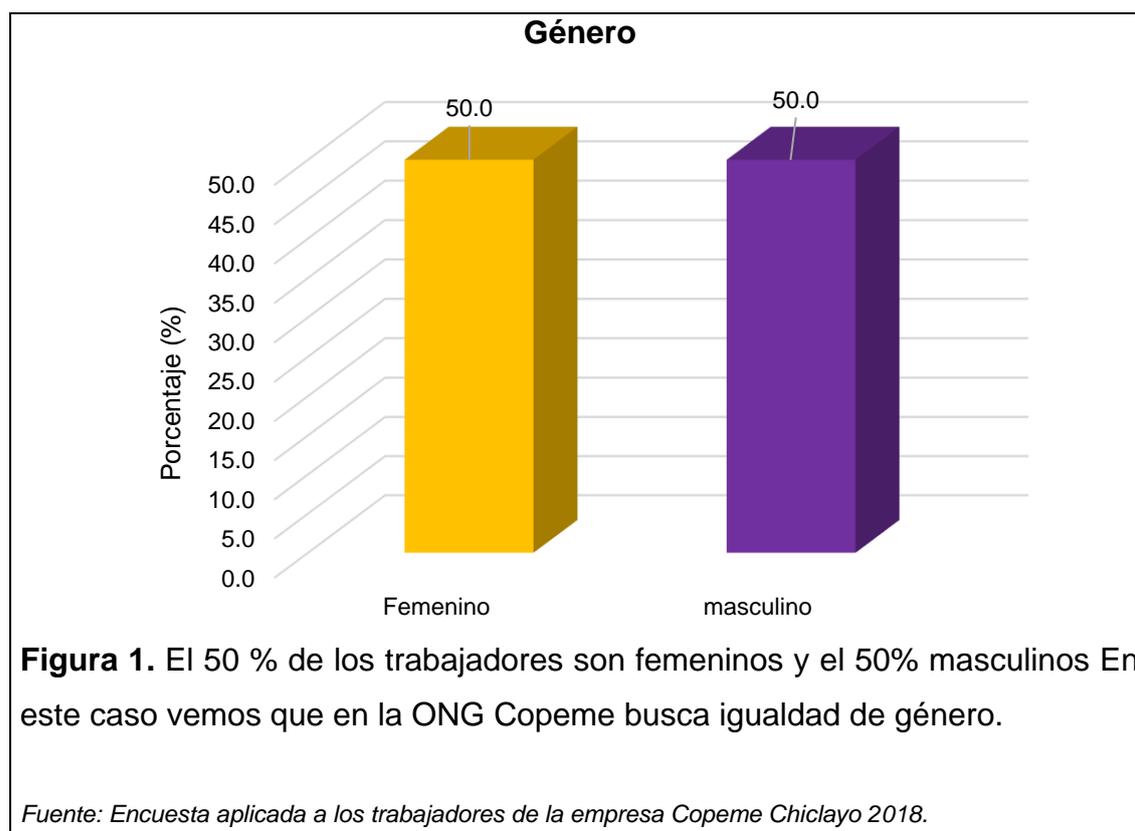


Tabla 4.
Edad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 a 24	1	10.0%
Entre 25 a 31	3	30.0%
Entre 32 a 40	2	20.0%
De 40 a más	4	40.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018.

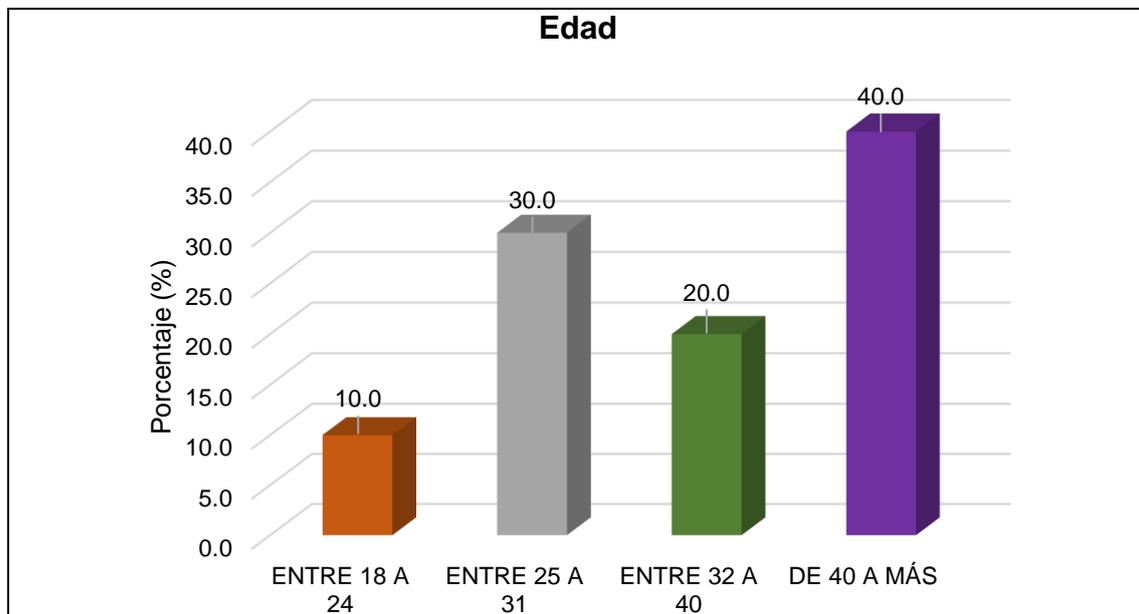


Figura 2. El 10 % de los trabajadores tienen entre 18 a 24 años, el 30 % entre 25 a 31 años, el 20 % entre 32 a 40 y el 40 % entre 40 a más. Nos damos cuenta que los trabajadores tienen a partir de 40 años a más ya que se tiene más experiencia laboral y por lo cuál la empresa puede encaminarse muy bien.

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018.

Tabla 5.
Estado Civil

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	6	60.0%
Casado	4	40.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018.

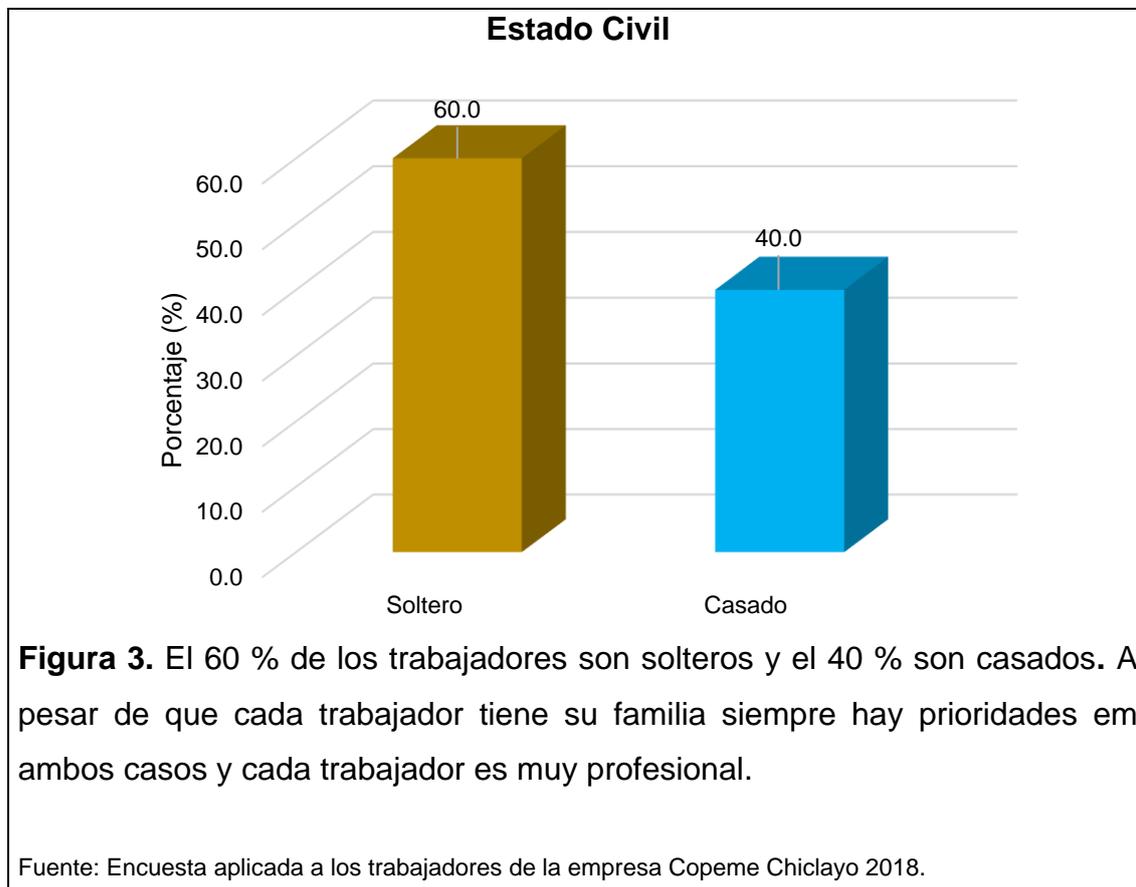


Tabla 6.
Ocupación

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Universitario	3	30.0%
Trabajador Dependiente	6	60.0%
Trabajador Independiente	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018.

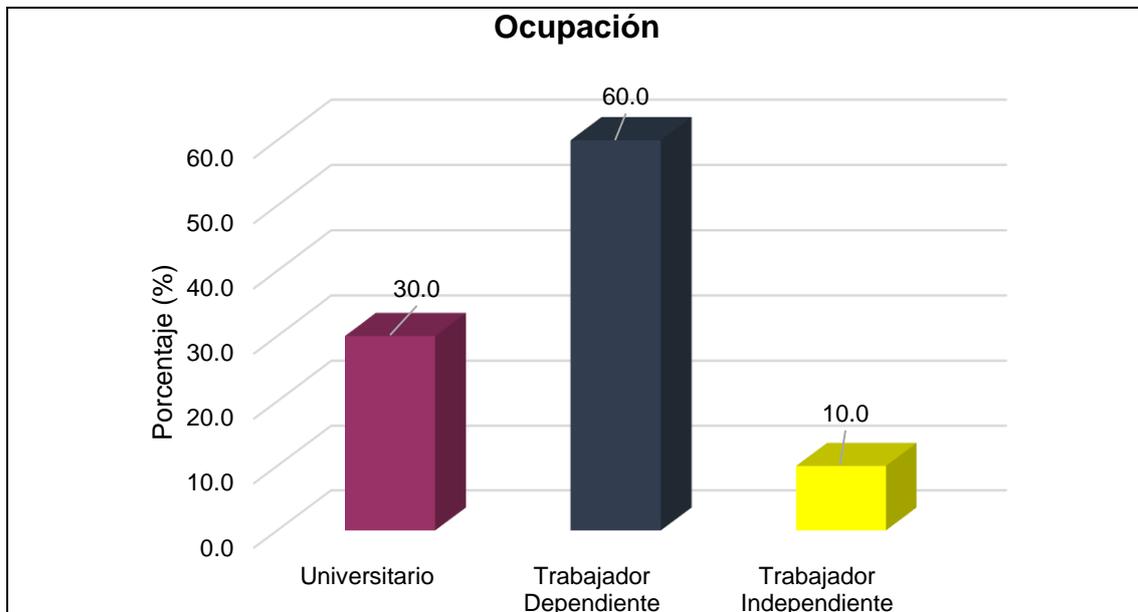


Figura 4. El 30 % de los trabajadores son universitarios, el 60 % son trabajadores dependientes y el 10 % trabajadores independientes. La organización siempre busca ayudar a jóvenes que están culminando su etapa universitaria es por eso que buscan muchos voluntarios para que sumen experiencias laborales.

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018.

Tabla 7.

Ingreso Mensual

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Entre s/850.00-S/1500.00	3	30.0%
Entre S/1501.00-S/2000.00	1	10.0%
De S/2500.00 a más	6	60.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018.

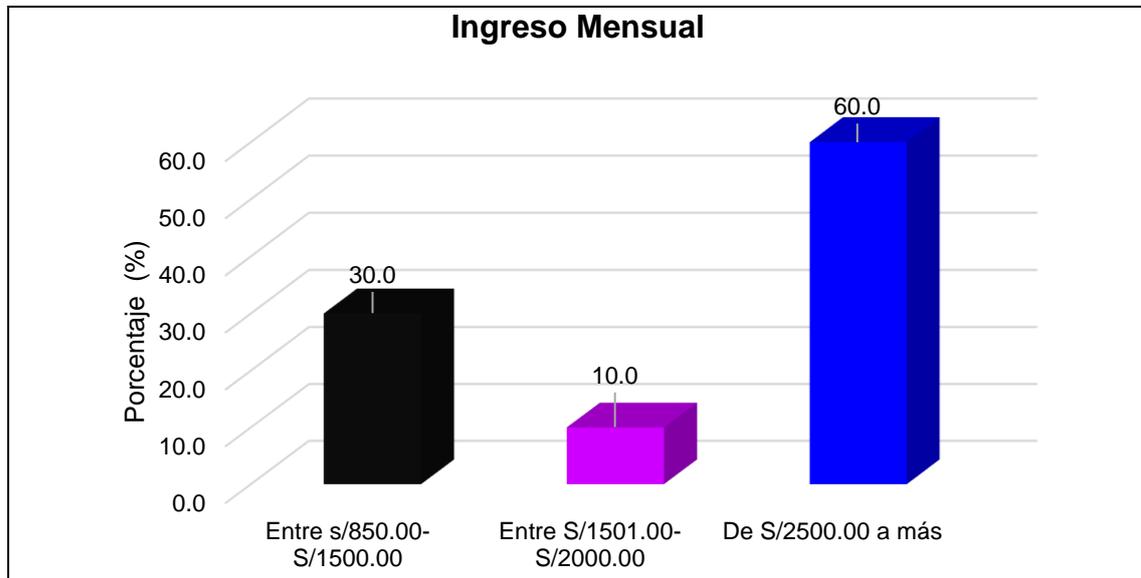


Figura 5: El 30 % de los trabajadores tiene un ingreso mensual entre s/850.00-s/1500.00, el 10 % entre s/1501.00-s/2000.00 y el 60 % entre s/2500.00 a más. Los sueldos que se les brindan a los trabajadores de la ONG son muy factibles más allá de ser una organización sin fines de lucro la organización de Estados Americanos y el gobierno Canadiense brindan el apoyo necesario para poder ayudar a nuestros jóvenes emprendedores.

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018.

Tabla 8.

¿Conoce usted los objetivos de la organización?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
TA: Total Acuerdo	8	80.0%
A: Acuerdo	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018

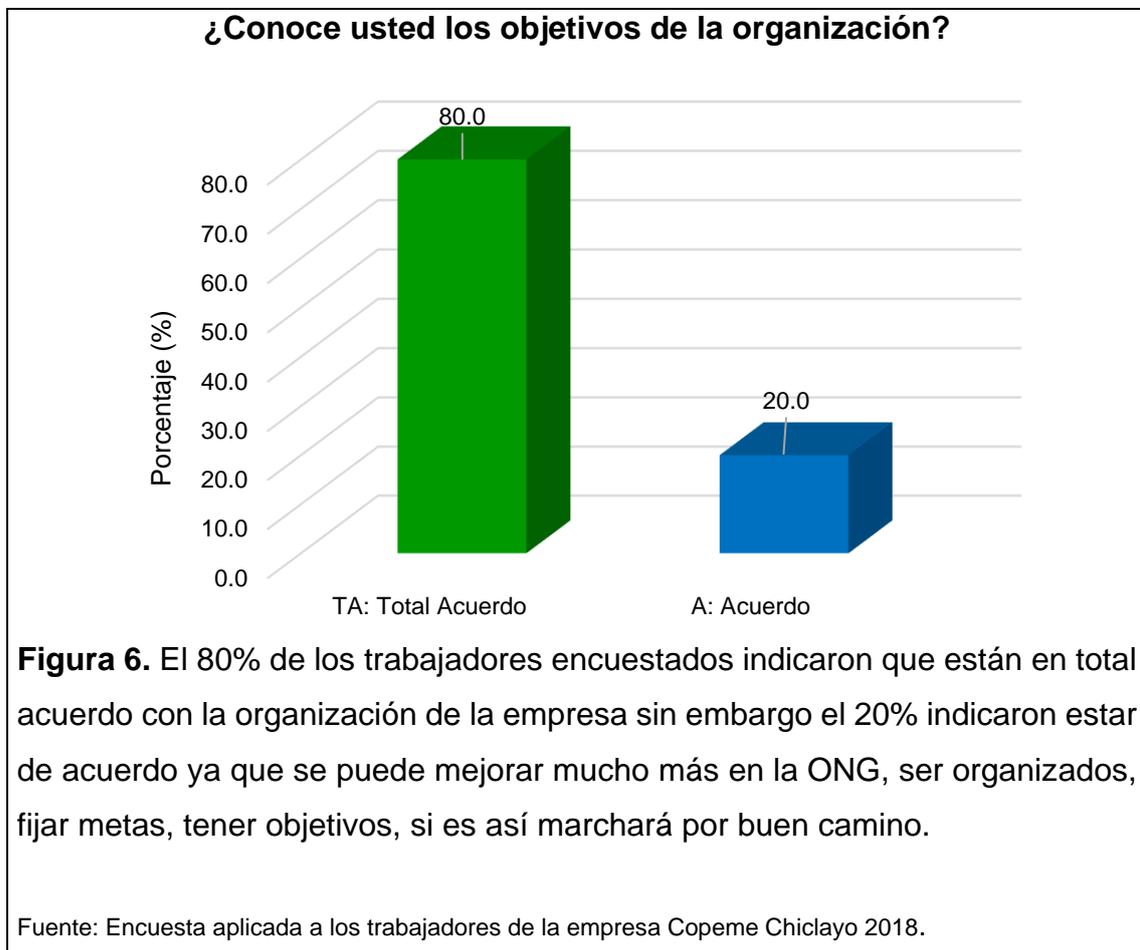


Tabla 9.

¿Participa usted en el planteamiento de metas y objetivos de la organización?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
TA: Total Acuerdo	8	80.0%
A: Acuerdo	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018

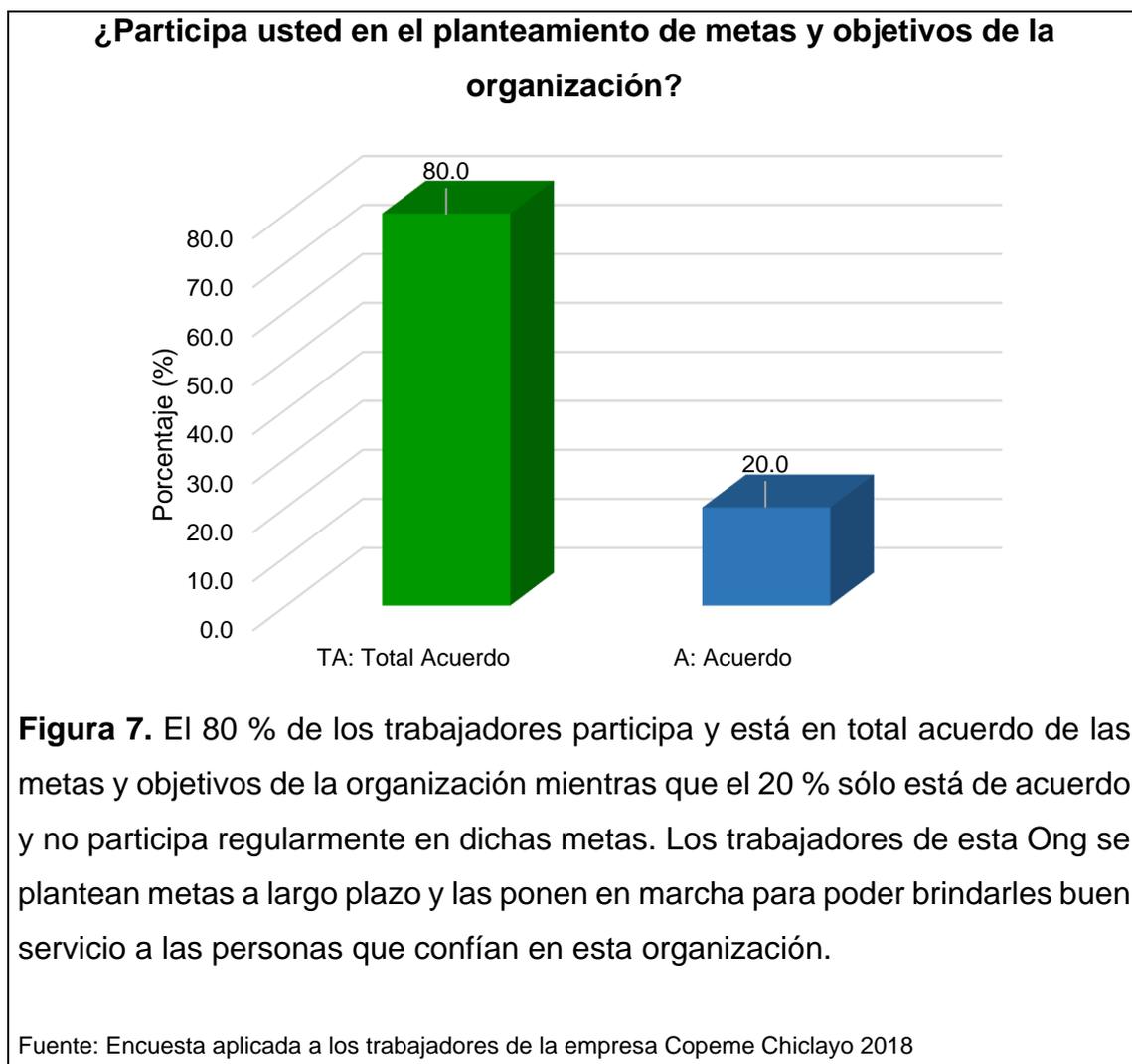


Tabla 10.

¿Está de acuerdo con el tipo de liderazgo que ejercen sus jefes?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
TA: Total Acuerdo	5	50.0%
A: Acuerdo	5	50.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018

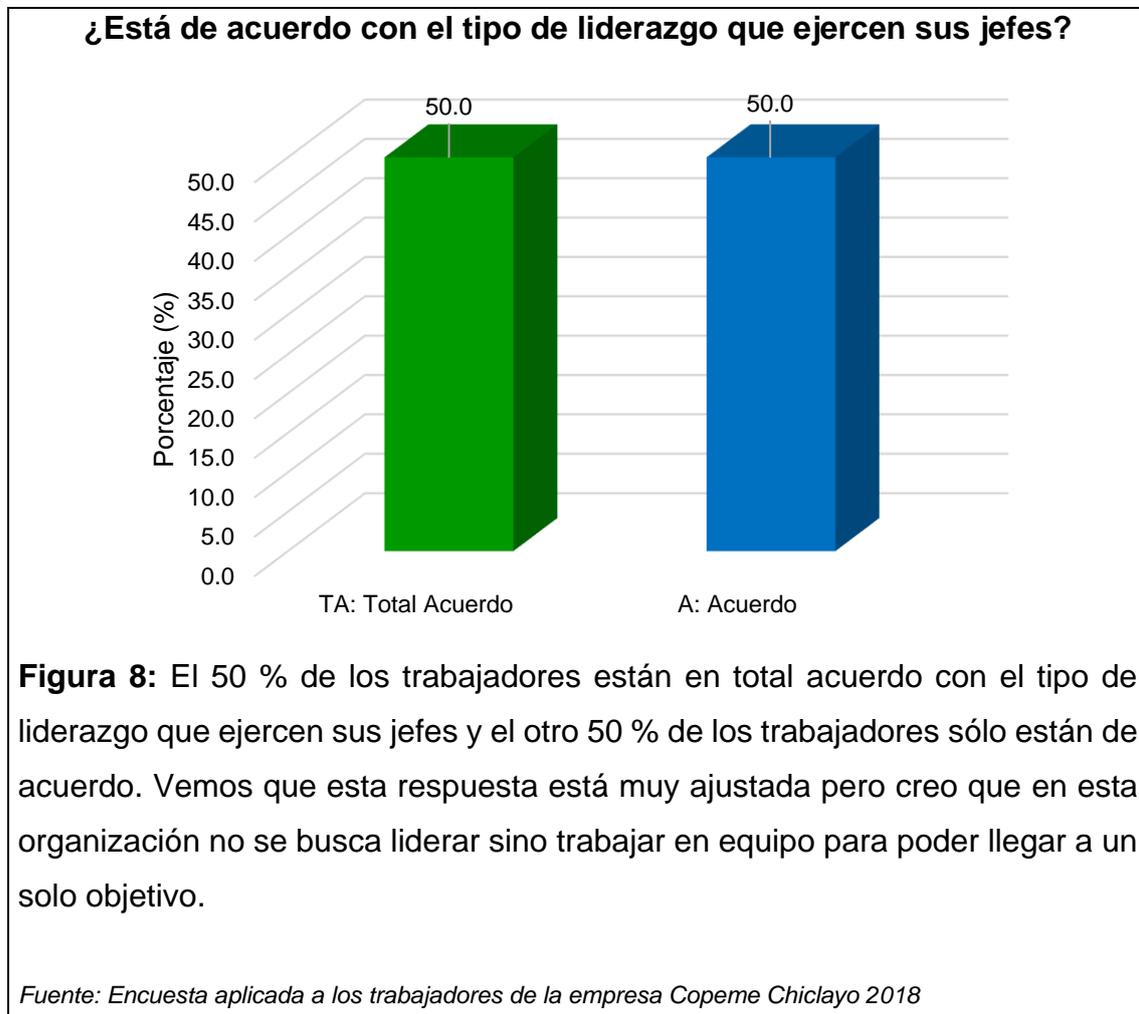


Tabla 11.

¿Conoce usted las funciones que debe realizar en la organización?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
TA: Total Acuerdo	6	60.0%
A: Acuerdo	3	30.0%
I: Indiferente	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018



Tabla 1.

¿Conoce usted las funciones que debe realizar en la organización?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
TA: Total Acuerdo	8	80.0%
A: Acuerdo	2	20.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018

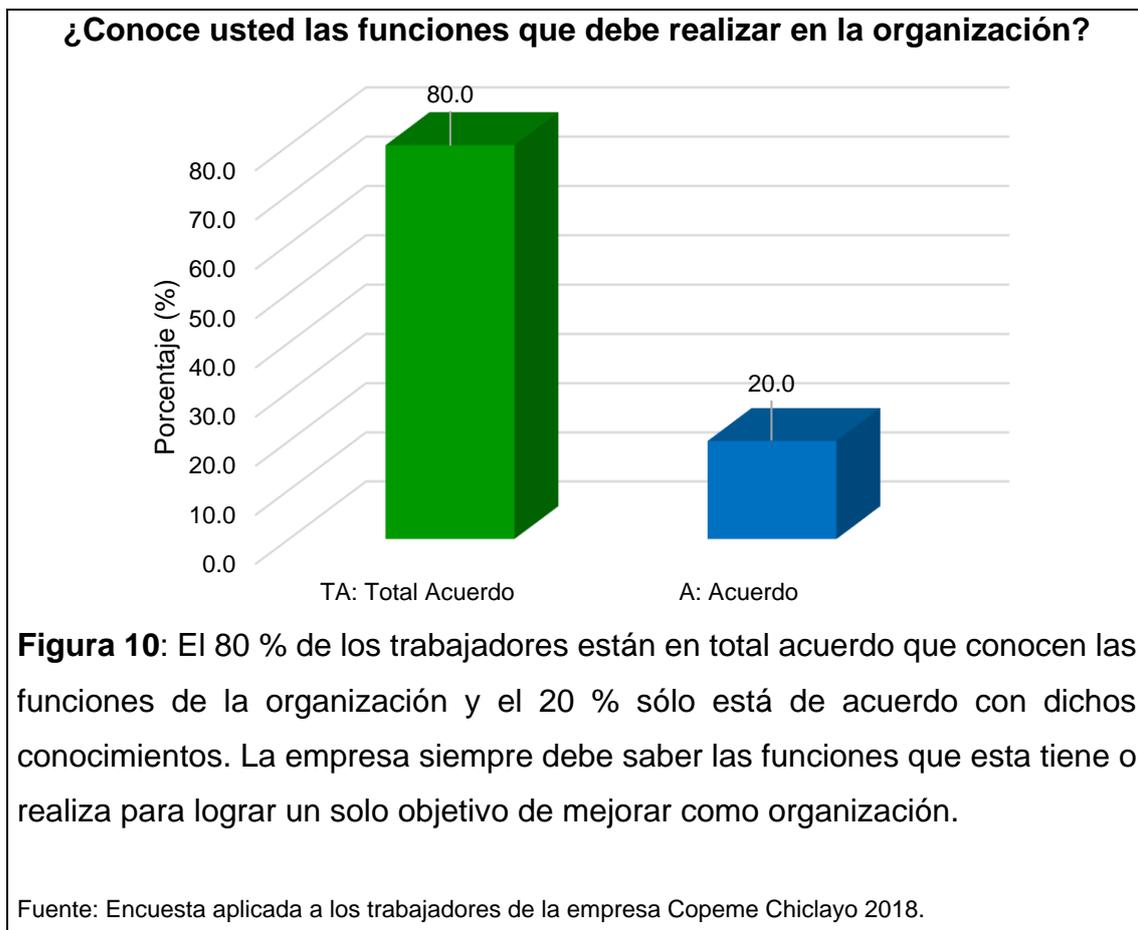


Tabla 2.

¿Constantemente suelen rotas a los empleados de la empresa en distintas áreas?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
TA: Total Acuerdo	7	70.0%
A: Acuerdo	2	20.0%
D: Desacuerdo	1	10.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018.

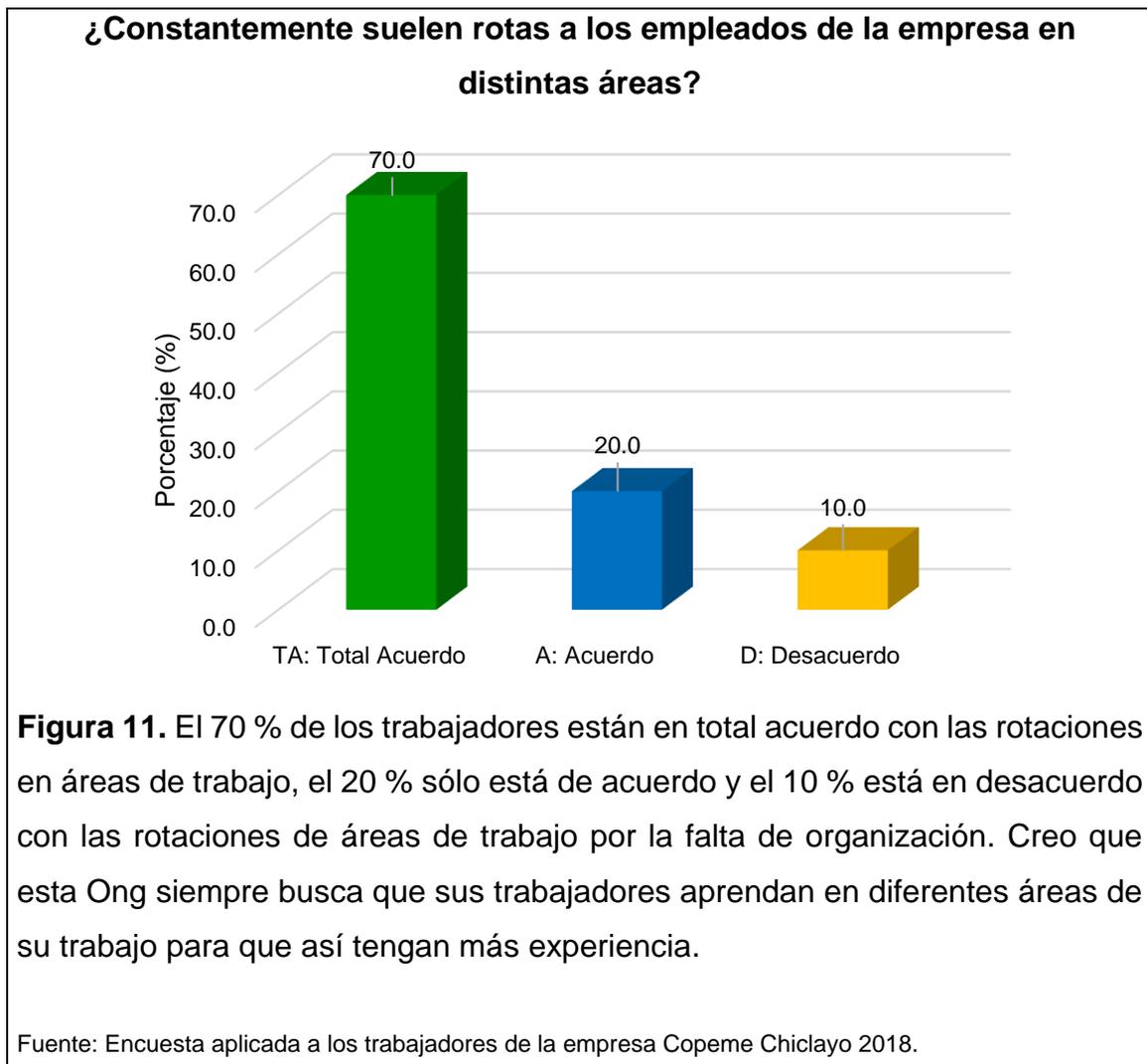
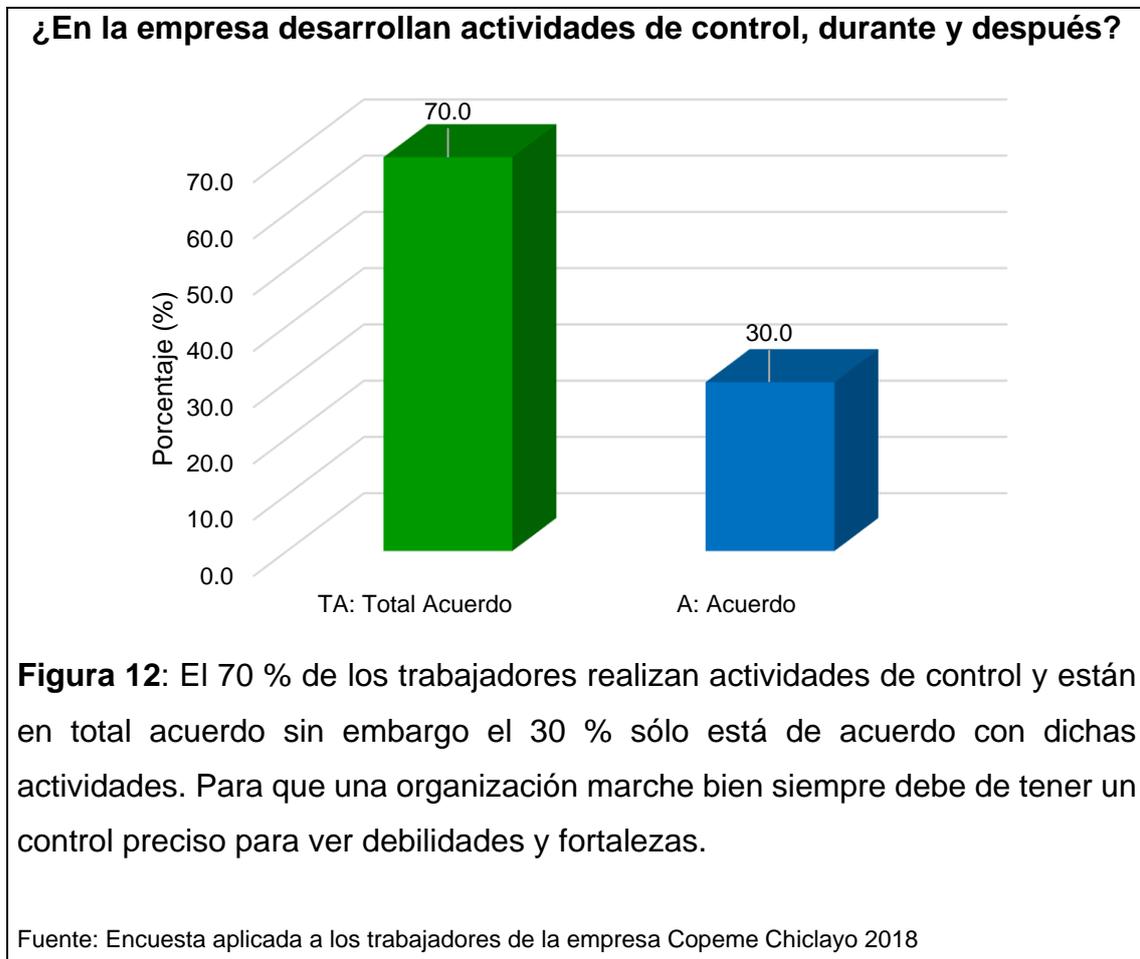


Tabla 3.

¿En la empresa desarrollan actividades de control, durante y después?

Validación	Frecuencia	Porcentaje
TA: Total Acuerdo	7	70.0%
A: Acuerdo	3	30.0%
Total	10	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa Copeme Chiclayo 2018



3.2. Discusión de resultados

Analizando la Gestión empresarial de la Ong Copeme Lambayeque y de su aliado el proyecto The Hub podemos decir que la falta de recurso es la que se necesita para poder salir a flote y expandirse.

También podemos decir que el personal que tiene la empresa en un 80 % está capacitado para enfrentar los retos que se proponen como organización. Coincide con el estudio investigado por Arnao, Villegas (2015) investigó "*Propuesta de plan de mejora del clima laboral del banco Continental BBVA Balta basado en la Teoría de Litwin, Chiclayo*" los trabajadores de la agencia del banco BBVA – Continental, conocen claramente la organización. Dicho de otro modo, están al tanto de las normas, obligaciones, jerga y reglamentos de la organización. Además, hay un exceso de normas, detalles administrativos y plazos que impiden que se tengan en cuenta las ideas.

Respecto al planteamiento de metas el 80 % de los trabajadores participa y está en total acuerdo de las metas y objetivos de la organización mientras que el 20 % sólo está de acuerdo y no participa regularmente en dichas metas. Los trabajadores de esta ONG se plantean metas a largo plazo y las ponen en marcha para poder brindarles buen servicio a las personas que confían en esta organización. Collazos (2015) en su investigación "*Propuesta de mejora de la estrategia comercial del centro comercial Open Plaza Chiclayo*" con el objetivo de desarrollar un programa de búsqueda, identificación e incorporación de marcas que complementen la oferta del centro comercial; con el objetivo primordial de lograr la integración y complementación de la oferta entre las tiendas y operadores menores de la zona de Chiclayo. Actualmente existen 2 operadores de este tipo de negocio, el Centro Comercial Open Plaza y el Centro Comercial Real Plaza.

3.3 Aporte científico

PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

En el siguiente capítulo será detallado la propuesta, los componentes de la propuesta y su presupuesto.



“PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA ONG- COPEME LAMBAYEQUE- CHICLAYO 2018”

Autor:

Kcomt Samamé Marisol Siounmey

Asesora:

Mg. Heredia Llatas Flor Delicia

Chiclayo – Perú

2021

INTRODUCCIÓN

En los últimos años un plan estratégico se ha convertido en una pieza fundamental para el desarrollo de las actividades organizacionales, es por ello que mediante un análisis de la empresa Copeme Lambayeque se determinó deficiencias en cuanto al planteamiento de metas, organización, liderazgo, asesoramientos, etc. así como el de convenios con diferentes instituciones para la masiva difusión de dicha organización.

La problemática encontrada en esta organización es la falta de voluntarios y la poca difusión de lo que el proyecto brinda a los jóvenes para desarrollar sus habilidades y emprender en los negocios. También podemos entender que esta organización no tiene un Plan estratégico definido y es por eso que vemos algunas dificultades en el proceso de dicho proyecto.

Respecto al estudio realizado en dicha organización los trabajadores en cierta parte se sienten satisfechos con lo que les brinda la empresa , pero muchos de los que encontramos en la empresa son practicantes y voluntarios, si bien es cierto se les reconoce en pasajes, viáticos, etc, esto no satisface de manera económica a los trabajadores que con mucha dicha llegan a enseñar a muchos jóvenes, sabemos que las personas que ingresan en dicha empresa toman las precauciones y pregunta a sus trabajadores sobre lo que se pueda ganar y uno acepta o no pero creo que el tiempo en uno mismo más allá de lo humano tiene valor.

Un objetivo principal de esta investigación es analizar la actual gestión administrativa de la ONG COPEME, ya que de ahí partiría el éxito del proyecto

Objetivos

Objetivo general: Proporcionar a la ONG COPEME herramientas para lograr mejorar sus estrategias y difundir los programas que brindan Chiclayo 2018.

Objetivos específicos

- Diagnosticar el planeamiento estratégico de la ONG COPEME
- Realizar un reclutamiento de personas y elegir a las más vulnerables.
- Dar a conocer los programas que brinda la Ong Copeme y que sea reconocida por toda la Ciudad.

Análisis situacional

Visión:

Al 2023 el Centro de Formación y Desarrollo Empresarial, será una empresa reconocida en toda la región de Lambayeque, abalada por sus logros en la enseñanza del campo de las TICs y el asesoramiento empresarial.

Misión:

Centro de Formación y Desarrollo Empresarial dedicado a los servicios de enseñanza en el campo de las TICs y asesoramiento empresarial, que busca cumplir las expectativas de sus clientes a través de certificaciones internacionales y la capitalización exitosa de ideas de negocios.

Análisis FODA de la empresa:

FORTALEZAS

- Infraestructura en óptimas condiciones contando con diversos materiales y equipos tecnológicos.
- Convenios con diferentes Instituciones Educativas dentro de la Región de Lambayeque.
- Habilidad para asesorar a personas que desean emprender proyectos de negocios y con ganas de superación.
- Oferta de Servicios de Calidad garantizados con certificaciones internacionales de MICROSOFT.

OPORTUNIDADES

- Aumento de la demanda de los servicios educativos referentes al dominio de las Tics.
- Escaso apoyo de las Instituciones Educativas para el desarrollo de proyectos de negocios.
- Impulso del gobierno a través de del Ministerio de Producción en la creación de Centros de Desarrollo Empresarial en todas las regiones del país

DEBILIDADES

- Dificultades para evaluación y captación de personal.
- Mala ubicación del Centro de Formación y Desarrollo Empresarial, no se encuentra en lugar visible y de fácil acceso.
- No cuenta con local propio.

AMENAZAS

- Aumento de competencia en el sector de asesoría empresarial.
- Ingreso en el mercado de Instituciones Técnicas enfocadas en el campo tecnológico.
- Precario conocimiento en el mercado local del Centro de Formación y Desarrollo Empresarial.

ANÁLISIS DE MERCADO:

Análisis del entorno empresarial:

- **De los competidores indirectos:**

Dentro de los competidores directos en la enseñanza de cursos relacionados a las Tics tenemos a los siguientes Institutos:

- ✓ Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Máster System.
- ✓ Instituto de Educación Superior IDAT
- ✓ Instituto Juan Mejía Baca
- ✓ IESTP República Federal de Alemania (convenio)
- ✓ Instituto ISAG
- ✓ IPAE Escuela de Empresarios
- ✓ SENATI.

Dentro de los competidores también están Universidades del medio local que realizan cursos relacionados a las Tics:

- Universidad Santo Toribio de Mogrovejo
- Universidad Señor de Sipán (convenio)
- Universidad Pedro Ruiz Gallo
- Universidad César Vallejo.(convenio)

- **De la amenaza de entrada de los competidores directos:**

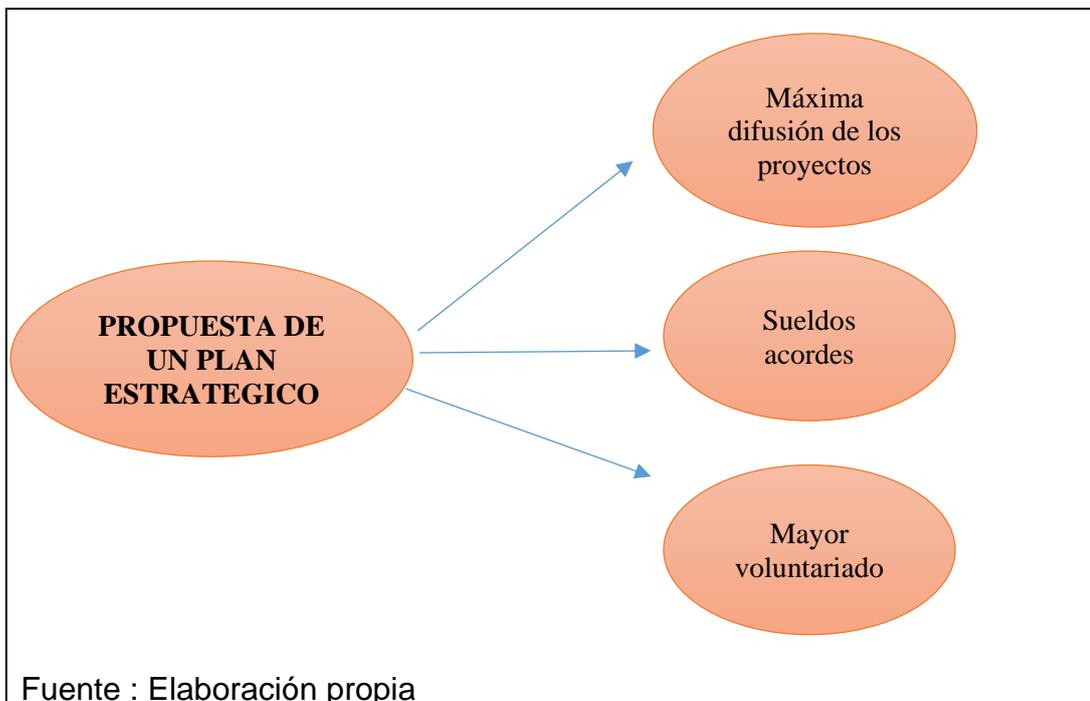
El Centro de Formación y Desarrollo Empresarial COPEME es el primero en la Región de Lambayeque en ofrecer servicios de asesoramiento e instrucción en el dominio de las Tics a un costo social marcando con ello un valor diferencial frente a sus competidores indirectos. En el mercado local no existe aún una propuesta similar.

- **De los servicios sustitutos:**

Las carreras profesionales técnicas ofrecidas por los Institutos de la provincia de Chiclayo, que han incrementado su oferta de enseñanza en la rama de la Tecnología y la Información.

- **Poder de Negociación de los clientes:**

Las personas con interés en el aprendizaje de las Tics no son tan susceptibles al precio, sin embargo toman en cuenta el valor de las certificaciones y los horarios en los que se dicten los cursos. Ante ello el CFDE COPEME cumple con todos los requisitos para lograr un rápido posicionamiento en el mercado.



Desarrollo de la propuesta

Programa de Reclutamiento:

1.- La propuesta inicia con la búsqueda de personas vulnerables en Pueblos jóvenes o mercados ya sea: madres solteras, jóvenes que son cabeza de hogar, jóvenes con bajos recursos, etc.

El único requisito que necesitarían para poder ser parte de la Ong es que hayan culminado su nivel secundario, para que así se de paso a la realización de las clases de computación en el caso del proyecto Poeta y los programas de empleabilidad y emprendimiento en el caso del proyecto The Hub (como requisito joven entre 18 a 35 años de edad) y no tengan ninguna dificultad al momento de empezar el camino largo de superación.

2.- Una vez que se ha captado a las personas de acuerdo a los que se busca en la Ong se les brinda beneficios como ayuda primordial a los jóvenes que buscan siempre superarse.

Beneficios:

Para el Proyecto THE HUB

- ✓ Pasajes
- ✓ Almuerzos
- ✓ Refrigerios
- ✓ Capacitaciones
- ✓ Actividades integradoras

Para el proyecto POETA

- ✓ Ser voluntario en el dictado de clases de los diferentes paquetes que se brinda.
- ✓ Previa capacitación
- ✓ Ganar experiencia
- ✓ Solo se apoyaría económicamente para el mantenimiento de los equipos.

3.- A través de los convenios que se hayan realizado y los que se vendrán realizando a lo largo del tiempo con universidades, institutos, etc podemos encontrar jóvenes que deseen realizar sus prácticas en la Ong o talvez ser esa fuente para que se abran más puertas de oportunidades para los jóvenes en diferentes instituciones.

a.- Máxima difusión de los proyectos.

En el Consorcio de Organizaciones Privadas de promoción al desarrollo de las micro y pequeña empresa es necesario la mayor difusión del programa para que la población sepa de la existencia del mismo. Se necesitarían convenios con las universidades, institutos, y diferentes casas de estudios para que los jóvenes se vean interesados en participar, al igual que los programas brindados por el proyecto Poeta que sirve de mucho hoy en día para la nueva generación de la tecnología.

b.-Promocionar los paquetes de computación, programas de empleabilidad y emprendimiento y emitir mayor publicidad.

La ONG Copeme cuenta con una página de Facebook pero no está totalmente capacitada y diseñada exclusivamente para promocionar los paquetes de computación y cursos especializados, para que las personas se mantengan informados de algunas promociones sobre los cursos, alguna novedad que tenga la empresa sobre cursos nuevos, también se puede convocar a través de la página a personas que deseen ser voluntariado y así obtener experiencia.

Detalles:

- ✓ **Estrategia:** Mayor publicidad
- ✓ **Objetivos:**
- ❖ Generar presencia y dar a conocer la Ong.

Link donde se puede ubicar:

<https://www.facebook.com/CentroPoetaLambayeque/>



Figura 13: Herramienta fundamental para el contacto con los clientes.
Fuente: Elaboración Propia

c.- Diseñar volantes para la máxima difusión de la empresa.

Si bien es cierto que a través de una página por internet sería una gran estrategia para difundir los programas de capacitaciones, debemos tener en cuenta que muchas personas a pesar que el gran porcentaje de la población usa la tecnología hay personas que aún no lo tienen y es por eso que diseñando volantes se puede ir a mercados, pueblos, etc. para que las personas se enteren de la existencia de nuestra ONG.



Fuente: Página de Facebook del Consorcio de Organizaciones privadas de promoción al desarrollo de la pequeña y micro empresa.

POETA PROGRAMA DE OPORTUNIDADES ECONÓMICAS A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA EN LAS AMÉRICAS

TE BRINDA CAPACITACIÓN EN **OFIMÁTICA**

Microsoft Windows *Inicio: Ven insíbete ... Ya!!!*

Microsoft PowerPoint 2010

Microsoft Word 2010

Microsoft Excel 2010

Microsoft Office

INFORMES

Dirección : Av. Mariscal Nieto #480 - 3º piso-
C.C. Boulevard
Telef: (074) 228073- 973878901
E-mail: programapoeta@copeme.org.pe

Facebook: Centro POETA
Twitter: @centro_poeta

COPEME Consorcio de organizaciones privadas de

Microsoft

d.- Estrategias:

- Boletín electrónico y foros virtuales; página Web actualizada y amigable.
- Implementar un “Sistema de Gestión del Conocimiento COPEME” basado en plataformas tecnológicas de última generación.
- Generación de espacios de encuentro para las asociadas en temas de interés nacional y regional (políticas macroeconómicas y sociales; presentación de trabajos, investigaciones e intercambio de experiencias).
- Generar propuestas de proyectos conjuntos en base a alianzas estratégicas que constituyan las asociadas.

e.- Búsqueda de especialistas capacitados para brindar asesoramientos de los programas de capacitación.

A través de la página web de la ONG se puede realizar:

- ✓ Convocatorias

- ✓ Creación de un video promocional en las redes sociales. Sin costo alguno ya que en la empresa se tienen las herramientas necesarias para realizarlo.

COSTO PROMEDIO

Detalle	Precio
Impresión de los volantes	640.00 soles
Mensualidad al año para especialistas	12.000 soles
Sub total	12.640 soles

Fuente: Elaboración propia

Características:

- Impresión a color
- 2 caras
- Material: Couche
- Medida : 21x 14.8
- Tamaño A5 (1/2 oficina)
- Cantidad de volantes: 6000

Lugares de Distribución:

- La Victoria
- José Leonardo Ortiz
- Ciudad de Dios
- Cruz de la Esperanza
- Pueblo Joven Túpac Amaru
- Pueblo Joven Santa Rosa
- Campodónico
- Mercados

Fecha de Distribución:

- Enero 2022

4.4.- Conclusión de la propuesta:

- Las estrategias propuestas han sido detectadas según las deficiencias encontradas en la empresa incluyendo al personal capacitado.
- Como estrategia promocional se propuso el uso de volantes para ser repartido en distintos puntos de Chiclayo.
- Brindar un servicio de calidad para la formación de estudiantes competentes para su desempeño en el mercado laboral.
- Contar con el personal capacitado continuamente para brindar un servicio con altos estándares de calidad.
- Realizar innovación continua en los servicios ofrecidos, garantizando el compromiso con la formación de jóvenes emprendedores.
- Lograr el posicionamiento competitivo del Centro de Formación y Desarrollo Empresarial en la región de Lambayeque.

Responsable de la propuesta:

El responsable de realizar la propuesta de investigación es el Coordinador de Copeme Lambayeque Zenón Medina Vásquez así mismo se encargará de buscar o asignar al personal adecuado para las diferentes propuestas.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1: Conclusiones:

Los hallazgos de la investigación dieron lugar a las siguientes conclusiones:

4.1.1.- Respecto al plan estratégico se concluye que la mayoría de los trabajadores se sienten a gusto laborando en ese ambiente de trabajo, Asimismo, se concluye un grado de satisfacción de aspectos más resaltantes de la Ong al “Total acuerdo” respecto al tema de organización, liderazgo, metas a cumplir, asesoramiento de funciones, rotación de áreas de trabajo.

4.1.2.- En la propuesta se plantearon estrategias acordes a los puntos débiles que se identificaron en los resultados. Estas fueron: Programa de Reclutamiento, máxima difusión de los proyectos., promocionar paquetes de computación, programas de empleabilidad y emprendimiento, mejorar la publicidad de dicho proyecto, búsqueda de especialistas capacitados.

4.1.3.- Finalmente, dando respuesta al objetivo general de la investigación, se concluye que la máxima difusión de estos programas que brinda la Ong ayudará y beneficiará a las personas vulnerables y que puedan salir adelante. Conforme se vaya implementando estas propuestas se le debe de dar seguimiento para una buena organización y buen trabajo.

4.2. Recomendaciones:

De acuerdo con los resultados obtenidos, se recomienda que la empresa enfoque esfuerzos en el bienestar, el trabajo equipo y la satisfacción final creando experiencias distintas, únicas y colaborativas.

Se recomienda también incrementar las aplicaciones de redes sociales, para generar mayor estrategia.

Además, buscar la mejoría en los implementos que esta organización brinde ya que se debe brindar un buen servicio y a bajo costo para que sea accesible a todo tipo de público.

● 19% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 11% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	docplayer.es Internet	4%
2	repositorio.uss.edu.pe Internet	1%
3	es.scribd.com Internet	1%
4	hdl.handle.net Internet	1%
5	campus.mec.gob.ar Internet	<1%
6	es.slideshare.net Internet	<1%
7	repositorio.uasb.edu.bo:8080 Internet	<1%
8	addi.ehu.es Internet	<1%

9	Universidad de Málaga - Tii on 2021-09-25 Submitted works	<1%
10	repositorio.utn.edu.ec Internet	<1%
11	researchgate.net Internet	<1%
12	Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote on 2020-07-16 Submitted works	<1%
13	prezi.com Internet	<1%
14	Universidad Abierta para Adultos on 2020-09-27 Submitted works	<1%
15	Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-21 Submitted works	<1%
16	Universidad Cesar Vallejo on 2022-12-16 Submitted works	<1%
17	Universidad Señor de Sipan on 2020-01-14 Submitted works	<1%
18	repositorio.usat.edu.pe Internet	<1%
19	repository.ucc.edu.co Internet	<1%
20	coursehero.com Internet	<1%

21	dykinson.com	Internet	<1%
22	cimogsys.esPOCH.edu.ec	Internet	<1%
23	Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga on 2022-09-21	Submitted works	<1%
24	powershow.com	Internet	<1%
25	Fundación Universitaria del Area Andina on 2020-11-19	Submitted works	<1%
26	Universidad Cesar Vallejo on 2022-12-05	Submitted works	<1%
27	1library.co	Internet	<1%
28	repositorio.unasam.edu.pe	Internet	<1%
29	cemcs.org	Internet	<1%
30	progressio.org.pe	Internet	<1%
31	q4h9t4h8.stackpathcdn.com	Internet	<1%
32	cajpe.org.pe	Internet	<1%

33	Davy College on 2004-09-02 Submitted works	<1%
34	Universidad Cesar Vallejo on 2016-06-16 Submitted works	<1%
35	Universidad Cesar Vallejo on 2016-07-09 Submitted works	<1%
36	core.ac.uk Internet	<1%
37	issuu.com Internet	<1%
38	moam.info Internet	<1%
39	qat02.connectamericas.com Internet	<1%
40	repositorio.upse.edu.ec Internet	<1%
41	temasenriqueperez.blogspot.com Internet	<1%
42	fluke.com Internet	<1%
43	scribd.com Internet	<1%
44	Universidad Cesar Vallejo on 2016-06-27 Submitted works	<1%

45	Universidad del Istmo de Panamá on 2022-06-21 Submitted works	<1%
46	University of the Arts, London on 2009-01-22 Submitted works	<1%
47	archive.org Internet	<1%
48	repositorioacademico.upc.edu.pe Internet	<1%
49	repository.uniminuto.edu Internet	<1%
50	vsip.info Internet	<1%
51	web.iese.edu Internet	<1%
52	amazon.ae Internet	<1%