



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**“ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN SOBRE EL USO DEL SOFTWARE SAE
EN RELACIÓN CON LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DE EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO DEL
DISTRITO DE HUACHO-2016”**

Tesis para optar el grado académico de:

**MAESTRO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN TECNOLOGÍA DE LA
INFORMACIÓN**

Presentado por:

Nilton Cesar Vilela Aponte (0000-0002-6611-919X)

Asesor:

Jon Arambarri Basañez (0000-0002-6450-8562)

Lima – Perú

2018



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**“ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN SOBRE EL USO DEL SOFTWARE SAE
EN RELACIÓN CON LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DE EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO DEL
DISTRITO DE HUACHO-2016”**

Tesis para optar el grado académico de:

**MAESTRO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN TECNOLOGÍA DE LA
INFORMACIÓN**

Presentado por:

Nilton Cesar Vilela Aponte (0000-0002-6611-919X)

Asesor:

Jon Arambarri Basañez (0000-0002-6450-8562)

Lima – Perú

2018



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Lima, a los veintiséis días del mes de junio de 2018 siendo las 18:30 horas, con la asistencia del Jurado de Tesis, Presidido por la Dra. Sandra Meza Balvin, los miembros del jurado MBA. Leonardo Erick Noblecilla Mirano y Mg. Edmundo Lizarzaburu Bolaños y el Asesor de la Tesis Dr. Jon Arambarri Basañez, el Bachiller VILELA APONTE, NILTON CESAR autor de la tesis Titulada "EVALUACIÓN METODOLÓGICA DEL IMPACTO DEL SOFTWARE SAE EN LA ESTARTEGIA DE NEGOCIO EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO DEL DISTRITO DE HUACHO-2016" con el fin de optar el Grado Académico de MAESTRO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN. Concluida la exposición, se procedió a la evaluación y deliberación por parte del Jurado correspondiente, habiendo sido *Aprobado* con el calificativo de *Regreas*.

Se extiende la presente acta en cinco originales y siendo las *8:00PM* horas, se da por concluido el Acto Académico de Sustentación.

 <hr/> <p>Presidente Firma Dra. Sandra J. Meza Balvín 10419172</p>	 <hr/> <p>Miembro Firma MBA Leonardo Erick Noblecilla Mirano 42054053</p>	 <hr/> <p>Miembro Firma Mg. Edmundo R. Lizarzaburu Bolaños 10477272</p>
 <hr/> <p>Asesor Firma Dr. Jon Arambarri Basañez 78877501J</p>		

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi familia, familiares, compañeros de trabajo, que fueron muy buenos consejeros en mi tiempo que escribía esta tesis.

A mis maestros y asesor de tesis, que me apoyaron y guiaron en esta investigación, apoyándome en las entrevistas y el correcto uso de la metodología de investigación.

A los sinodales quienes estudiaron mi tesis y la aprobaron.

A todos los que me apoyaron para escribir y concluir esta tesis.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quienes se las debo por su apoyo moral y tiempo entregado en sus consejos.

Agradecimientos

A mi esposa e hijos con su presencia amorosa y cariñosa, por sus preguntas curiosas, y por haber tenido las luces prendidas hasta altas horas de las noches, quitándoles sus bellos sueños.

Bueno hijos, quiero decirles que todo esfuerzo tiene su recompensa con uno mismo y con el entorno que te desenvuelves. Estaré siempre contento de contar con su apoyo, y que apoyo un abrazo y un beso de ustedes, es mucho para mí. Seguiré dando lo mejor hasta mis últimos días de mi vida. Porque un hombre no debe dejar de prepararse.

Nilton Vilela

Índice general

DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTOS.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	4
ÍNDICE DE ANEXOS.....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPITULO I.....	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	11
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.2.1. <i>Pregunta general</i>	16
1.2.2. <i>Preguntas específicas</i>	16
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.3.1. <i>Justificación práctica</i>	17
1.3.2. <i>Justificación teórica</i>	17
1.3.3. <i>Justificación metodológica</i>	18
1.3.4. <i>Justificación social</i>	18
1.4. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.5. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	19
CAPITULO II	20
MARCO TEÓRICO	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
2.1.1. <i>Internacionales</i>	20
2.1.2. <i>Nacionales</i>	28
2.2. BASES TEÓRICAS.....	35
2.2.1. <i>Software</i>	35
2.2.2. <i>Estrategia de Negocio</i>	39
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	42
2.3.1. <i>Definición Software</i>	42
2.3.2. <i>Definición Estrategia de Negocio</i>	44
2.4. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	45
2.4.1. <i>Los Objetivo general</i>	45
2.4.2. <i>Los Objetivos específicos</i>	45
2.5. FORMULANDO LA HIPÓTESIS	46
2.5.1. <i>La Hipótesis general</i>	46
2.5.2. <i>La Hipótesis específicas</i>	46

CAPITULO III.....	47
DISEÑO DE LA METODOLÓGIA.....	47
3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	47
3.2. TIPO	47
3.3. SU ENFOQUE	47
3.4. SU POBLACIÓN	48
3.5. MUESTRA	48
3.6. OPERACIONALIZANDO LAS VARIABLES	49
3.7. TÉCNICA EN LA RECOLECCIÓN DE DATOS	51
3.7.1. <i>Describiendo los instrumentos</i>	<i>51</i>
3.7.2. <i>Validez y confiabilidad de los instrumentos.....</i>	<i>52</i>
3.7. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	53
3.8. LOS ASPECTOS ÉTICOS.....	53
CAPITULO IV	54
RESULTADOS	54
4.1. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS.....	54
4.1.1. <i>Resultado variable independiente: Software SAE.....</i>	<i>54</i>
4.1.2. <i>Resultado de la variable dependiente: Estrategia del negocio.....</i>	<i>56</i>
4.1.3. <i>Pruebas de la normalidad.....</i>	<i>58</i>
4.1.4. <i>Pruebas de hipótesis</i>	<i>58</i>
4.1.5. <i>Variable independiente Software SAE y sus dimensiones</i>	<i>59</i>
4.1.6. <i>Variable Dependiente Estrategia de Negocio y sus dimensiones</i>	<i>61</i>
CAPITULO V.....	64
DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
5.1. DISCUSIÓN	64
5.2. CONCLUSIONES.....	65
5.3. RECOMENDACIONES.....	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	68
ABREVIATURAS.....	72
ANEXOS.....	73

Índice de figuras

<i>Figura 1. Impactos y usos de las tecnologías en la estrategia de negocio.....</i>	13
<i>Figura 2. Proceso de un sistema de información (SI).....</i>	44
<i>Figura 3. Graficando el diseño de investigación</i>	47
<i>Figura 4. Nivel del uso del software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i>	54
<i>Figura 5. Nivel de la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i>	56

Índice de tablas

Tabla 1: <i>Estrategias competitivas básicas</i>	41
Tabla 2: <i>Distribución de la población de la distribuidora, 2016</i>	48
Tabla 3: <i>Distribución de la muestra Distribuidora en el 2016</i>	48
Tabla 4: <i>Técnicas para recolección de información</i>	51
Tabla 5: <i>Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento del software SAE</i>	52
Tabla 6: <i>Validez de contenido por juicio de expertos del instrumento de estrategia de negocio</i>	52
Tabla 7: <i>Resultados del alfa Cronbach</i>	53
Tabla 8: <i>Nivel del uso del software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i>	54
Tabla 9: <i>Nivel del uso impacto del software SAE según sus dimensiones en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i>	55
Tabla 10: <i>Nivel de la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i>	56
Tabla 11: <i>Nivel de la estrategia de negocio según sus dimensiones en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i>	57
Tabla 12: <i>Prueba de bondad de ajuste a una distribución normal a los puntajes sobre el software SAE y estrategia de negocio con sus dimensiones, test o prueba de Shapiro-Wilk</i> .	58
Tabla 13: <i>Prueba de Rho Spearman para contraste de la relación entre el software SAE y estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i> .	58
Tabla 14: <i>Prueba de Rho Spearman para contraste de la relación entre la dimensión módulo de ventas inherente al software SAE y la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i> .	59
Tabla 15: <i>Prueba de Rho Spearman para contraste de la relación entre la dimensión módulo de tesorería inherente al software SAE y la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i>	60
Tabla 16: <i>Prueba de Rho Spearman para contraste de la relación entre la dimensión módulo de compras inherente al software SAE y la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i>	60
Tabla 17: <i>Prueba de Rho Spearman para contraste de la relación entre la dimensión liderazgo bajo costo inherente a la estrategia de negocio y el software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016</i>	61

Tabla 18: *Prueba de Rho Spearman para contraste de la relación entre la dimensión diferenciación de producto inherente a la estrategia de negocio y el software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016* 62

Tabla 19: *Prueba de Rho Spearman para contraste de la relación entre la dimensión enfoque de nicho de mercado inherente a la estrategia de negocio y el software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016* 62

Índice de anexos

Anexo 1 : Matriz de consistencia	74
Anexo 2: Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento	75
Anexo 3: Matriz de operacionalización	77
Anexo 4: Encuesta/instrumento de evaluación	80
Anexo 5: Validez de instrumentos por Jueces Expertos	85
Anexo 6: Constancia emitida por la institución donde se realizó la investigación	106
Anexo 7: Coeficiente Rho Spearman.....	107
Anexo 8: Pagina Web ERP SAE.....	108

Resumen

El tema a investigar que lleva como título “ Análisis de percepción sobre el uso del software SAE en relación con la estrategia de negocio de empresa distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de huacho-2016” , es dilucidar una relación que existe del software SAE(sistema administrativo empresarial) y la estrategia de negocio, esta evaluación permitirá determinar la importancia del Software SAE y la estrategia de negocio de las empresas, en estos tiempos de cambios tecnológicos, tener plataformas tecnológicas de sistemas de información es indispensable para lograr la eficiencia, eficacia, optimizar recursos en las operaciones rutinarias de las empresas, y también tomar decisiones en tiempo real.

La evaluación se realizará a través de un cuestionario que medirá el nivel de conocimientos del software y estrategia, para luego generar conclusiones basadas en la relación existente en software y estrategia.

Lo descriptivo-correlacional, será el tipo de investigación que me permitirá establecer la relación entre el software SAE y la estrategia de negocio, para esta evaluación utilizaremos métodos estadísticos como base científica en el funcionamiento de las variables. Las cuales son el software SPSS y la técnica de Spearman y propiamente mencionado la metodología de investigación.

El resultado esperado, me permitirá dar las conclusiones positivas o negativas con respecto al objetivo y las hipótesis planteadas.

Palabras clave: sistema administrativo empresarial (SAE); correlacional; estrategia de negocios; relación, descriptivo, metodología, evaluación.

Abstract

The topic to be investigated, which bears the title "Analysis of perception about the use of SAE software in relation to the business strategy of the company that distributes consumer products in the huacho-2016 district", is to describe the relationship that exists in SAE software (business administrative system) and business strategy, this evaluation will determine the importance of SAE Software and the business strategy of companies, in these times of technological changes, having technological platforms of information systems is essential to achieve efficiency, effectiveness, optimize resources in the routine operations of companies, and also make decisions in real time. The evaluation will be carried out through a question that will measure the level of knowledge of the software and strategy, and then generate conclusions based on the existing relationship in software and strategy.

The descriptive-correlational, will be the type of research that will allow me to prepare the relation between the SAE software and the business strategy, for this evaluation we will use statistical methods as a scientific basis in the operation of the variables. Which are the SPSS software and the Spearman technique and the research methodology itself.

The expected result will allow me to give positive or negative conclusions regarding the objective and the hypotheses.

Keywords: business administrative system (SAE); correlational; business strategy; relationship, descriptive, methodology, evaluation.

Introducción

El desarrollo informático ha sido vertiginoso en los últimos años y en la actualidad se considera que es la tecnología que domina el mundo social, laboral, empresarial, por las enormes utilidades y ventajas que proporciona a quienes las utilizan. Las grandes empresas del mundo la utilizan como soporte fundamental para sus estrategias de producción y de negocios.

En el campo de los negocios de las grandes empresas convenientemente utilizadas, es un soporte fundamental para mejorar la productividad, reducir costos, mejora en la toma de decisión y cumplimiento con sus estrategias trazadas.

En el campo de las pequeñas empresas, es todavía una problemática por el estilo en que estas se manejan, por los costos que ocasionan, por la amenaza latente de la reducción de personal que ocasiona su implementación y por ser un sistema que en muchos casos debe ser implementado por especialistas con pleno conocimiento del manejo, los mismos que son todavía reacios a la implementación de los sistemas de mejora tecnológica, se encuentran satisfechos con la productividad y la ganancia que le ocasionan sus negocios.

Tenemos que considerar que, en sus estrategias de negocios de las grandes corporaciones, sí consideran prioritario la inversión en mejoras de sistemas informáticos. En el caso de la distribuidora evaluada, que se dedica al consumo masivo, en específico a la venta y distribución de productos perecibles, sus estrategias están enfocadas a vender, ofrecer buenos precios, explorar nuevas zonas de ventas, ofrecer productos promocionales, crear sucursales de ventas para estar más cerca de sus clientes, no hay documentación o confirmación de inversión en sistemas informáticos, tecnología de información o capacitación en estrategias.

Con la investigación realizada se permitió identificar si el impacto de las dos variables software SAE y estrategia de negocio, ya identificadas, tendrán una relación respectiva, o se pueden desempeñar de manera independiente en este siglo de cambios tecnológicos.

La presente investigación tiene la siguiente estructura: **Capítulo I**, se refiere a la introducción de la investigación, planteando el problema, se describe información sobre temas actuales relacionados con el título de la investigación, motivando a la realización de la investigación, con casos de índole nacional e internacional, motiva a valorar la importancia e interés de desarrollar el estudio; y ahí realizamos la delimitación del problema. Además, exponemos la experiencia y conocimiento del problema, y la oportunidad que genera esta investigación en temas de tecnologías de información. **Capítulo II**, en esta parte veremos temas como, antecedentes, marco teórico, formulación de hipótesis, también describimos nuestra base teoría y así mismo los antecedentes relevantes para investigación. **Capítulo III**, en este capítulo, se incluye temas como la metodología a usar, los datos de la población, la estrategia del muestreo, definimos las operaciones de variables, los instrumentos a utilizar en la medición, análisis estadístico y el tema ético. **Capítulo IV**, en este capítulo, tocaremos el tema de la descripción o las principales inferencias de la investigación haciendo uso de la técnica de, textos, tablas y figuras. **Capítulo V**, en este capítulo realizamos la discusión, conclusión y recomendación, es la parte donde se expondrá la investigación obtenida y comparar con los estudios realizados, para establecer semejanzas o relaciones, sintetizar los resultados y cumplimiento a los objetivos buscados y las sugerencias o recomendaciones realizadas a la empresa investigada.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En esta investigación iniciamos el análisis del software SAE, un sistema de información o también conocidos estos programas como ERPs, que pertenece a la categoría de tecnologías de información, Expongo con mayor amplitud como están impactando estos sistemas informáticos en la empresa, negocio, con una figura extraída de *Price wáter house Coopers* donde explica de manera detallada los impactos de las tecnologías de información en los modelos de negocio. En esta figura podemos apreciar que estas tecnologías impactaran en la estrategia de negocios, en el trato con los clientes, en el desarrollo de las operaciones, en el equipo de trabajo y en los cumplimientos de procesos de calidad y políticas regulatorias.

Creemos que estas tecnologías agitarán las cosas en los cinco aspectos de su modelo comercial, algunas en formas muy beneficiosas y otras en formas bastante desafiantes, (PricewaterhouseCoopers, 2018).

como se ve en las siguientes instantáneas:

Mencionaremos los subtítulos resaltados en negrita, **Estrategia:** si la estrategia se trata de definir "qué negocio perseguir", entonces estas tecnologías están abriendo una serie de nuevas oportunidades y consideraciones correspondientes, **Compromiso del cliente:** en esta figura de *Price wáter house Coopers*, podemos apreciar de manera grafica como influye o influirá en las decisiones, tomas de decisiones en el interior de las empresas, negocios, y fuera de la empresa el tipo de respuesta inmediata con respecto al entorno del mercado, **Operaciones:** la inteligencia artificial, los robots, los drones y la impresión 3D pueden mejorar la eficiencia operativa y proporcionar una ventaja competitiva significativa, **Gente y talento:** las ocho tecnologías están creando

categorías de trabajo totalmente nuevas, pero una consecuencia preocupante puede ser un crecimiento laboral más lento. Al mismo tiempo, las nuevas tecnologías engendran nuevas compañías y categorías de trabajo, **Cumplimiento:** esto se pasa de alto por la cultura de las personas en el modelo comercial. Creemos que las tecnologías preseleccionadas verán a muchas empresas luchando por adaptarse e intentar influir en los paisajes regulatorios resultantes. Es probable que los propios reguladores estén en un modo de ponerse al día por un tiempo. (<https://www.pwc.com/us/en/tech-effect/emerging-tech/essential-eight-technologies.html>)

En resumen, en esta imagen de *Pricewaterhousecoopers*, nos muestra el impacto o uso de las empresas de estas tecnologías disruptivas que cambiaran la estrategia y el modelo de negocio en un tiempo muy corto, ya que estas tecnologías se mueven de manera exponencial.

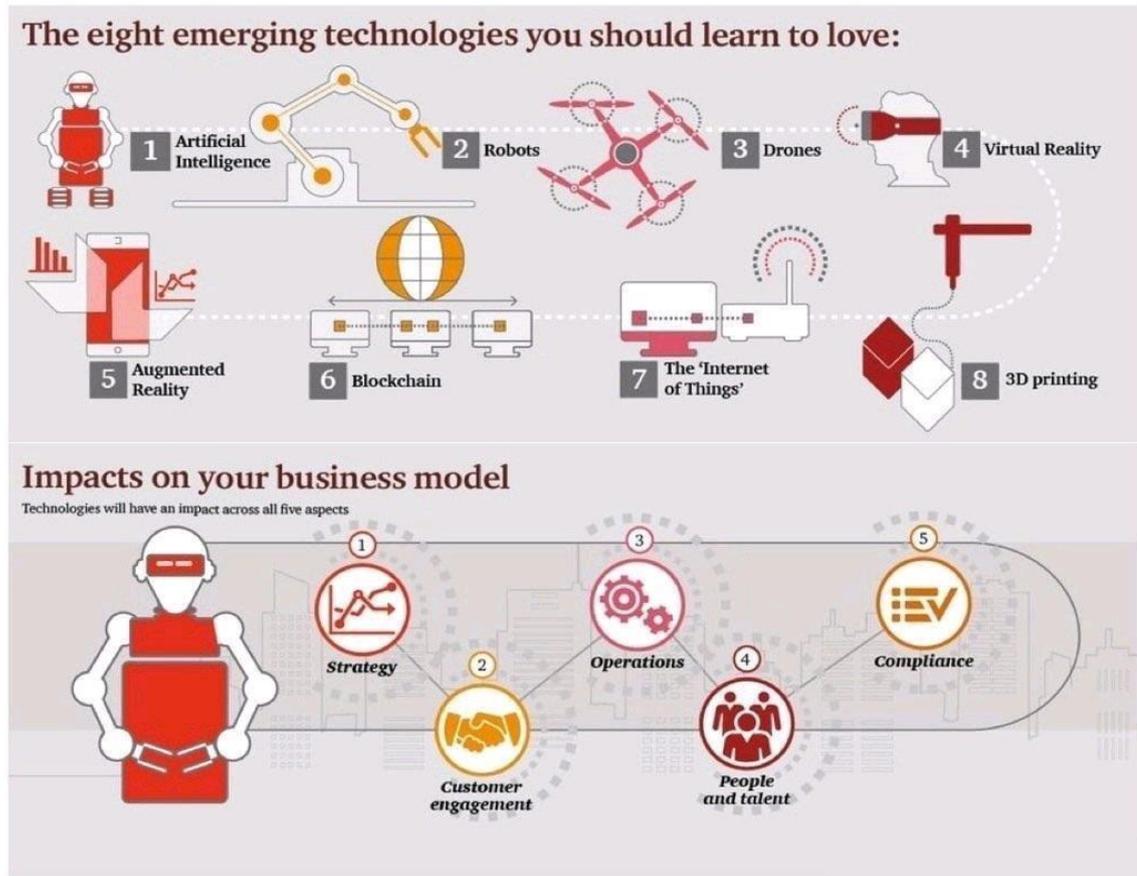


Figura 1. Impactos y usos de las tecnologías en la estrategia de negocio.

Fuente: Pricewaterhousecoopers.

También voy a mencionar de manera extensa de una revista electrónica que está relacionada con el marketing relacional, La Revista CE (contribuciones a la economía) comenta que:

“Los mercados están buscando nuevas formas de vender y se necesita un mayor análisis de los involucrados expertos del mercado”.

<https://www.eumed.net/ce/2015/1/mercado.html>

En su resumen y conclusiones comentan que las tecnologías tienen un papel importante en la mejora de tomar decisiones y de hacer negocios.

En mi percepción de líneas arriba, las tecnologías modernas pueden ayudar a que los negocios trabajen más eficientemente, reduciendo tiempo en los procesos internos, dejando un espacio importante para mejorar la colaboración digital entre empleados, proveedores y clientes. Debido a la auto presión o intraemprendedores por parte de las empresas, se están ofreciendo nuevas posibilidades para el desarrollo y la mejora de sus actividades en el mercado en cuanto a productos y demás.

Con respecto a la entrevista de experto por el diario Peru21 2017, señalan que:

“Las microempresas representarían el 98% de la actividad comercial en nuestro. Sin embargo, también dice que el 70% de estas fracasa y solo aproximadamente el 30% se mantiene”. <https://peru21.pe/economia/ventajas-utilizar-software-gestion-pymes-375897-noticia/>

Con esta situación, Hugo Ferreira, director de Negocios Internacionales de PHC Software, entrevistado por el Periódico Peru 21 del 2017, señala que:

“El software de gestión o ERP resulta una solución de negocio para garantizar la viabilidad en una empresa desde sus inicios, es decir, mejor control de sus recursos en todas sus áreas, etc.) y, en consecuencia, permite tomar decisiones adecuadas”. <https://peru21.pe/economia/ventajas-utilizar-software-gestion-pymes-375897-noticia/>

Resumiendo, su análisis de esta entrevista, ya el ejecutivo experto de ERP nos da una claridad de la situación real de las empresas con respecto a tecnologías y también nos da consejos de mejoras y sugerencias, don una de ellas es, que la inversión en tecnologías nos dará mayor ventaja competitiva, entre las ventajas del ERP está el de conseguir que las empresas sean ágiles y escalables, que mejoren su productividad y, por tanto, también su rentabilidad.

Según la página oficial de Visa (Visa Empresarial,2013) comentan que:

En Peru existen pequeñas empresas que puede transformar y mejorar sus procesos , con el fin de dar servicio y valor agregado, pero aquí la gran pregunta que siempre se tiene con estas empresas es la gran informalidad que tenemos, y esto se debe al poco entendimiento del estado o de los que gobiernan, para poder motivarlas, en el sentido de que sean pequeñas empresas potentes con visión de largo plazo y cumplimiento de los procesos de calidad, aun así estas empresas generan empleo informal a muchos peruanos, no desanimemos e incentivemos a que existas más microempresas y sean utilizadas sus servicios por el estado y toda la población en conjunto. https://visaempresarial.com/pe/noticias/la-pyme-y-mypes-en-el-peru_126

Por lo tanto, es necesario evaluar la relación que podría existir entre el software SAE y su estrategia de negocio, de tal manera que podamos encontrar alguna relación existente. Y que oportunidades está desaprovechando por no estar completamente involucrados con el uso adecuado del software SAE y la forma de enfocar sus estrategias de negocio. Se refuerza el tema de que la empresa a investigar es de Pequeña empresa, según lo descrito pertenece a las PYMES.

1.2. Formulación del problema

Se ha expuesto información con respecto a impactos o usos de las tecnologías de información con los ERP, que están generando mejoras en los procesos en las empresas y por último hemos dado mayor claridad el tipo de empresa evaluada, que en este caso es una PYME

Se determinará la percepción en base la relación que se tiene entre el Software SAE y su estrategia de negocio, según lo expuesto podemos deducir que las empresas están dependiendo de manera directa de las tecnologías de información para realizar sus procesos diarios en estos tiempos de cambios, desde el enfoque estratégico

La empresa tendrá que utilizar sus módulos característicos del sistema de información SAE, que son de ventas, inventarios, tesorería, compras, etc. Que le permitirán soportar a su estrategia de negocio.

La pregunta por realizarme sería:

¿Cuál será la relación de uso del software SAE en la estrategia de la empresa en el negocio de distribución de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016?

Con esta formulación se identificará la relación existente entre mis dos variables identificadas que son, para la primera variable identificada llamada software SAE, es un software gerencial, luego tenemos la estrategia de negocio como segunda variable identificada. Según mi realidad problemática expongo de manera clara la dependencia de la empresa a los cambios tecnológicos; por lo tanto, se indicará que a la variable independiente será, el Software SAE y la Variable dependiente será la estrategia de negocio.

1.2.1. Pregunta general

¿Qué relación de uso existe entre el software SAE y la estrategia de negocio de la empresa distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016?

1.2.2. Preguntas específicas

1. ¿Qué relación existe entre el módulo de ventas y la estrategia de negocio de empresa distribuidor de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016?
2. ¿Qué relación existe entre el módulo de tesorería y la estrategia de negocio de empresa distribuidor de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016?
3. ¿Qué relación existe entre el módulo de compras y la estrategia de negocio de empresa distribuidor de productos de consumo masivo de la localidad distrital de Huacho-2016?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación práctica

Se considera que, el Software SAE, ofrece esa posibilidad a las pequeñas empresas, ya que su diseño, tiende a generar rapidez y eficacia en los procesos de negocios, dar tiempos de respuesta inmediato a los requerimientos de los proveedores y de los clientes, manejo de bases de datos estructurada para realizar inteligencia de negocios, aumentando de esa manera su cartera de proveedores y a la vez ofreciendo información oportuna a todos los proveedores con quien trabaja. Las implicaciones prácticas, serían que las pequeñas empresas locales, además de contar con una herramienta que optimizaría sus estrategias de negocios, lograría mayor competitividad ante estas grandes empresas, pudiendo recuperar ingresos económicos, que posibilitarían la reinversión de capitales en la misma localidad, equilibrando de esa manera la economía de la provincia, como es el ideal que se debe esperar del progreso económico. La capacidad de respuesta de mejoras del software SAE es más rápido que una que ya está estructurado y empaquetado. Ya que este software está abierto su lógica de programación.

1.3.2. Justificación teórica

El problema de su implementación, radica en que los pequeños empresarios son renuentes en su mayoría a los cambios de estilo de su forma de manejo de sus negocios, y por la desconfianza que genera un producto que se ofrece en los mercados tecnológicos, como lo

es el Software SAE, son renuentes de implementarlos, siendo necesario que se les demuestre los beneficios económicos que le puede generar el producto, y eso solo es posible demostrándoseles a través de una investigación en uno de los negocios de ellos.

1.3.3. Justificación metodológica

Teniendo en cuenta los ítems antes mencionados, la investigación es conveniente, porque permitiría demostrar a los pequeños empresarios las ventajas competitivas comerciales que le generaría la implementación del sistema tecnológico en sus empresas, el mismo que repercutiría no solo en beneficio económico para ellos, sino para la economía general de la provincia. La metodología de evaluación del Software SAE que se creará servirá para implementar en forma efectiva y eficaz esta herramienta tecnológica en otros pequeños negocios de la localidad, generando de esa manera una competitividad conjunta de los negocios locales ante las grandes empresas, para de esa manera equilibrar la economía de la localidad y de la provincia.

1.3.4. Justificación social

El trabajo investigativo tiene relevancia social, porque a través de ella, las pequeñas empresas, sabrán revertir el impacto negativo sobre sus negocios, y con ello recuperarían el potencial económico de utilidades que reinvertirían, como siempre lo han hecho, dentro de la misma localidad, generando de esa manera un equilibrio económico que beneficiaría al comercio local y por ende a la población en general

1.4. Limitaciones de la investigación

Se tuvo hermetismo en la información con respecto a los colaboradores, inclusive había desconfianza de parte de la gerencia con respecto al uso que se le daría la información, también los tiempos y disposición dificultaban la ejecución del proyecto.

1.5. Viabilidad de la investigación

El trabajo investigativo a realizarse es una empresa local ,ubicada en huacho, permitió mi traslado de manera fácil a la zona, adicionalmente se pidió los permisos a la empresa para cumplir con el cometido de investigación, con respecto a las evaluaciones de la muestra se realizaran en un mes tomando los fines de semana , para no evitar con sus actividades normales, la realización de este proyecto se realizara con peculio propio ,ya que la inversión de tiempo, dinero, recurso humano, no sobre pasa los 3,500 soles, que está considerado dentro del promedio de mis ingresos para poder concretar esta investigación.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

Castellanos, (2012) en el desarrollo de su investigación del “Diseño de un sistema logístico de planificación de inventarios para aprovisionamiento en empresas de distribución del sector de productos de consumo masivo” de la Universidad Francisco Gavidia. San Salvador. En la que planteó como objetivo:

“Mejorar los procesos logísticos en toda la cadena, por lo cual utilizaron plataformas de bajo costo. Comparados con ERPs de nivel mundial, que sus costos también son elevados” (pp.14-44)

En el Salvador, se tenían empresas que tenían inventarios por encima del promedio de ventas, generando costos altos de dinero dormido, afectando el flujo de caja y agregando un poco control automatizado en sus procesos. con este análisis, en su tesis concluyen y recomiendan que debieran las empresas invertir en tecnologías de información, para tener mayor valor competitivos y mejora en las estrategias del negocio; la no utilización va mermando su competitividad en relación con tecnologías de vanguardia; esta conclusión lo enfatizan, debido que las empresas lo ven como gasto, pero no se dan cuenta que mejora sus procesos y capacidad de respuesta. (pp.99-100)

Constante, C. (2016) en su investigativo llamado “La Facturación Electrónica y su incidencia en los procesos administrativos de las empresas comerciales en el Ecuador” de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.

Tuvo de objetivo analizar los efectos que la Facturación Electrónica puede impactar en los negocios de Ecuador dentro de los procesos administrativos, contables y financieros y así lograr mayor competitividad y eficiencia.

La facturación electrónica es una buena opción para todos los involucrados, no solo en la mejora de procesos de transacción, también en el menos uso de papel; aquí ya se tiene un beneficio de cuidado ambiental. (pp.10-55)

En su tesis concluyen que: La facturación electrónica, reemplazará a corto plazo a la factura tradicional, lo que mejora el ciclo del proceso en las operaciones de la empresa. El uso de la tecnología mediante los documentos electrónicos garantiza la confiabilidad de las transacciones comerciales, ya que la firma electrónica confirma que el vendedor (emisor) conoce el contenido del documento. La gestión empresarial, con el escenario electrónico mejora el rendimiento a nivel cliente y servicio, y también el tiempo del personal se usará para mejorar la estrategia y no estar en trabajos repetitivos. Inclusive ya no estarán en contacto con el cliente, ya que también se genera un portal web de consultas, para que puedan tener todo lo necesario, sin necesidad de un documento físico.

Moheno, G. A., & Vallès, R. S. (2010) en su trabajo “El Impacto de la Gestión del Conocimiento y las tecnologías de Información de la Innovación: Un estudio de la Pymes del Sector Agroalimentario de Cataluña” - tesis de posgrado - Barcelona. Universidad Politécnica de Catalunya, España, destacó que:

Toda gestión de conocimiento genera buenas prácticas, para bien de la organización y cultura corporativa. Sin esta entidad humana una solución tecnológica no garantiza del todo lograr la ventaja competitiva. Es primordial trabajar dentro de la cultura corporativa y acuñar la plataforma tecnológica, para que sea asimilado desde la posición más alta en las empresas. Y en su trabajo que realizaron pretenden dar aportes con evidencias empíricas de la importancia de la mejora del conocimiento y tecnologías de información, como resultados innovadores y beneficiosos para la empresa. Y sobre esa premisa se plantean como visión general la creación de un modelo explicativo-relacional que involucre directamente los procesos empresariales.

Su estudio centrado en el uso de las interacciones del conocimiento que involucren las tecnologías de información en la habilidad innovadora y estratégica de alguna acción por experiencia de las empresas agroindustriales. Su enfoque descansa sobre los objetivos específicos mostrados a continuación:

- Identifican y describen sus procesos, usos de las herramientas informáticas, gestión de la información, evaluación de prácticas de innovación y creatividad.
- Analizan las relaciones causales que existen entre gestionar el conocimiento con el desempeño innovador.
- Analizan las relaciones que se puedan dar entre herramientas de informáticas de información con el desempeño innovador.
- Analizan las relaciones existentes entre el conocimiento como gestión con las tecnologías de información en el marco general.
- Analizar las relaciones existentes entre conocimiento, tecnologías, como innovación y gestión.

En su ámbito de investigación que lo llevaron al logro de sus objetivos planteados lo constituye empresas agroalimentarias de Cataluña. (pp.77-97)

Resumo mis puntos de observación:

- Su ambiente económico actual no presenta condiciones que indiquen que son nuevas estas tendencias tecnológicas, pero si en algunas pequeñas y medianas empresas estudiadas, se debe tener el foco necesario con respecto a estas tecnologías y además agregó que son escalables para estas pequeñas empresas que empiezan.
- En este segundo punto, se comenta en su tesis, que a pesar de que se está teniendo un auge en estas tecnologías, las pequeñas y medianas empresas, no le están dando la importancia necesaria, quizás consideran que esto es solo para grandes corporaciones.

- En su tercer punto, también hacen un hincapié, que no se está dando esa importancia o necesidad de mejorar, debido que la mayoría son muy informales en sus procesos y también un tema de pagos de impuestos y todo lo que el entorno lo ven como gasto, con respecto a sus ganancias. si no se tiene el compromiso de alta gerencia en querer cambiar o a intención de dar los primeros pasos, inclusive tener la voluntad de cambiar su visión y misión, no se podrá hacer nada al respecto, solo el mercado o sus competidores terminaran de retirarlo en esta carrera de buen servicio, competitividad y calidad en toda la cadena, solo quedaran los más estratégicos con respecto a sus mercados.

Jaramillo, K. G. (2011) en su estudio “Estrategias de Comercialización y su incidencia en las ventas de la empresa Reyventas, sucursal Ambato”, comenta lo siguiente:

La estrategia de comercialización en la empresa “Reyventas” en la ciudad de Ambato nació como una necesidad planteada por su gerente, por su experiencia y aporte profesional hacia la empresa; sus años de experiencia laboral y académica, pondrán a prueba todo lo aprendido en conocimientos y poner en práctica su acción estratégica de ventas para incrementar los ingresos. (p.09)

Aquí en este análisis de tesis, realizaron un diagnóstico actual de la empresa empezando con todas las áreas y personal sobre los bueno y malo que se tiene en sus procesos, levantando propuestas, estadística de información comercial, para usarlo como base de partida, esta parte de diagnóstico es clave porque podrán identificar su verdadera oportunidad de mejora o quizás también no lo necesitan por el giro de negocio que tienen.

En su comentario de estudio de mercado, encontraron que la empresa no tiene un control de crecimiento de ventas, por lo mismo que no maneja estadística comercial y por lo tanto eso le impacta en su estrategia de crecimiento, solo trabajan de acuerdo con lo que el mercado pide

Y finalmente, ellos hacen un resumen de todo lo levantado a través de estrategias de recopilación de información, entrevistas, encuestas y todos los elementos que le permitieron el respectivo análisis, y así lograron que sus objetivos empresariales, procesos y estrategias estén alineadas con el mercado actual.

Y concluyen que este trabajo es necesario para que la organización no padezca los cambios tecnológicos, inclusive diría de recurso humano que es la pieza clave en toda organización y cualquier empresa

Peralta, F. (2014). “Proceso de conceptualización del entendimiento del negocio para proyectos de explotación de información”, tesis de posgrado de la Universidad Tecnológica Publica. Buenos Aires, comenta que:

El uso estratégico de las novedades tecnológicas es un tema prioritario para poder competir cada día mejor en mundo superconectado, por lo tanto, es estratégico y necesario adecuarse a estas herramientas tecnológicas. Las empresas actuales toman sus decisiones, teniendo los datos como fuente primaria. Conceptos como Big data (o grandes cantidades de información), inteligencia estadística está tomando fuerza para la gestión estratégica de las empresas. Y así mismo ya están analizando, explotando grandes volúmenes de información, para obtener la mejor estrategia que aplicaran en el mercado. (pp.273-278)

Según su tesis comentan que ya se están aplicando métodos o técnicas, para la explotación de volúmenes de información superiores a terabytes (medida de datos en inglés), inclusive es usada por la comunidad científica teniendo ya buenos resultados, por ejemplo, acrónimos de las metodologías como SEMMA, CRISP-DM y PTQ.

En su identificación del negocio, hacen énfasis al título “ inteligencia o conocimiento del negocio”, para mi entender ellos hablan de que si el encargado del proyecto no está involucrado o no tiene conocimientos mínimos sobre el tema, están convencidos que se tendrá

un fracaso al respecto ,por más que el software en sí mismo sea potente, escalable, por eso es importante que se tenga una buena comunicación por todos los involucrado, en resumen diría que se tiene que interiorizar la idea de mejora en todo el recurso humano. Y si son a tiempo parcial de su tiempo dedicado al proyecto, lo tomen con la seriedad y compromiso respectivo.

Por último, cualquier software y una buena metodología de trabajo funciona si esta sincronizado con el entorno interno y entendiendo el entorno externo del mercado.

El problema que se genera es tener que involucrar a todo el personal y generar una cultura corporativa de la capacidad de experiencia y manejo de negocio en proyectos del aprovechamiento y del análisis de información. En su apertura al entendimiento del modelo de proyectos de explotación de información. Se plantearon las preguntas siguientes como:

- ¿Será viable tener un lienzo del negocio, que tenga diferenciada fases, tareas, y responsabilidades de cada área, con la finalidad de ser asertivo en el proyecto?
- ¿También, podrían ser correctas usar metodologías del desarrollo del software, para prepararlo el modelo de negocio de la empresa?, si existe una afirmación, plantearon la siguiente pregunta, en positivo : ¿se deben realizar alteraciones en ellas?

Se Concluye: Que la investigación teórica que realizaron da por justificada el planteamiento y preparación de la metodología de trabajo para el proyecto de explotación de información y que tendrán impacto en sus operaciones y negocio en general. Como resumen también sobre la tesis expuesta, que, si no está bien involucrado el recurso humano, no florece ningún proyecto de software, porque ello es la base para construir conocimiento, procesos y experiencias en las empresas, negocios, tanto en instituciones públicas y privadas. Eso sería mis conclusiones sobre la tesis planteada en esta tesis de Peralta, F. (2014).

Valenzuela, P. (2013) en su tesis “Diseño de una estrategia de negocio para una empresa de transporte especializado”. Santiago, de la Universidad de Chile. Santiago de Chile, se orienta:

En la configuración del negocio de una empresa de transporte de carácter familiar, que inició sus operaciones el 2011, y en la actualidad cuenta con una flota de tres camiones, es un negocio que ya se ve en la necesidad de mejorar y automatizar sus procesos empresariales, para entrar en contexto sus clientes vienen del rubor ingeniería y construcción, siendo estos rubros de mucha presión y precisión ,donde se debe tener el conocimiento claro y acertado ,para poder seguir dando un servicio de calidad, ahora con respecto al negocio, ellos quieren optimizar la empresa por lo tanto, el tesista evalúa la oferta y demanda, teniendo en cuenta que en este rubro está muy atomizado, y por lo tanto se debe tener un análisis en todas sus áreas. Después de levantar todos los puntos necesarios con herramientas y técnicas de diagnóstico, pasan al tema declarativo y afirman con la gerencia el paso a seguir y la estrategia que tomara la empresa familiar, aquí es muy importante, porque se debe tener todo el apoyo de la gerencia para poder seguir avanzando en la investigación respectiva y también en concreto si la empresa esta con los ánimos de mejorar. Luego realizan un análisis con la herramienta FODA, para un mayor entendimiento granular del negocio y de todos los puntos levantados. ¿Y cómo paso final preparan una estrategia, que viene a ser el que? Y el cómo lo vamos a hacer es con un plan de acción, donde tendrán indicadores para poder medir, en este paso lo que en una tormenta de ideas es lo que quedo como valorizados y asociados a sus áreas involucradas, ya en este paso se entiende que el tesista ha hecho un trabajo colaborativo y participativo con todos los involucrados o asignados en el proyecto. (pp.8-25)

En conclusión, este trabajo tendrá el éxito, si los gerentes o accionistas, toman la decisión en base a la investigación realizada y teniendo en cuenta sus factores identificados, lo lograrán y cumplirán el éxito buscado.

Para que lo logren su expansión de nivel internacional, no solo dependerán de los buenos equipos, herramientas tecnológicas, si no, va a ser necesario la transformación cultural del recurso humano, en todo el proceso y también puedan interiorizar sobre los cambios que se vienen. También prestar atención a capacitación a todo el recurso humano, según el texto conllevará a invertir en capacitación y tener así, equipos de alto rendimiento.

En su formulación de la estrategia la empresa ha manifestado cual será la estrategia para seguir con el fin de cumplir las metas trazadas. Y también en su investigación declarativa y analítica, han descrito puntos de actividades a seguir.

También han tenido en cuenta las oportunidades y riesgo del medio y como las ventajas que tiene la empresa, en rubro como transporte donde ahorrar costo es muy importante y clave para seguir manteniéndose en el mercado.

Comentan que las características técnicas del vehículo como: “peso, ejes, forma de balancear pesos, etc. son variables que están teniendo en cuenta y no lo van a dejar de lado, ya que son disposiciones impuestas por ley”.

También se observa que deben ser especialista en el tipo de cargas, el negocio de la ingeniería está obligado a ser más innovador con respecto a su forma de transportar. Y a eso está apuntando la compañía, con una visión de convertirse en una empresa estratégica para las grandes transnacionales o nacionales del rubro minería e ingeniería, por su experiencia también pueden asesorar en la mejora de procesos a las empresas que presta el servicio, por ejemplo, aspectos muy técnicos propios del rubro, así como la experiencia como conocimiento que se debe valorar dentro de la empresa, reduciendo costos externos y tener el conocimiento cerrado, según lo ven los autores y entrevistados.

Según el tesista indica que no es así de fácil plantearlo. Y según lo mencionado los inversionistas están evaluando en invertir en capacitación o comprar un vehículo, son cosas que se deben revisar con mucho tino, ya que puede afectar de alguna manera la estrategia ,ya

que le proceso de capacitación tiene una curva de aprendizaje y la adquisición de un vehículo genera de forma inmediata ingresos, aquí son cosas que el tesista y la empresa familiar tienen que evaluar, pienso que esta su evaluación financiera que determinara si se puede invertir en capacitación o compras.

Al final de la conclusión de la tesis optan por tener una estrategia de crecimiento con acciones rápidas, ya que el largo plazo a una empresa pequeña, todavía no le puede ir bien, y lo que se quiere es seguir consolidando el servicio y capitalizando con acciones cortas pero efectivas y con el equipo actual que se tiene, y también concluyo que terminan de empoderar a sus trabajadores, gracias al análisis del tesista con herramientas y técnicas de identificación de modelos de negocios.

2.1.2. Nacionales

Benavente, N. & otros (2014), “Implementación SAP Business ONE en la empresa SOCOSANI S.A.” de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, cuyo objetivo:

Es encontrar una solución tecnológica para el negocio y el personal de SOCOSANI S.A. y ser una empresa de cultura colaborativa, además de la implementación del ERP SAP Business One versión 8.8, no solo para sus módulos de ventas sino también para realizar compras, cuidar sus ingresos que vienen de las finanzas e inventarios; utilizando la metodología (Guía del PMBOK ®) – Cuarta Edición (Guía del PMBOK 2008). En el presente la empresa Socosani S.A. cuenta con un sistema desarrollado en FoxPro 6.0, sistema de antigua versión que cubre los procesos de ventas y producción. Según el análisis realizado, se señala que si desea realizar una interconexión le será imposible con esta versión; por tanto, como este sistema ya tiene un modelo de base de datos y no es escalable, está parametrizado y no permite el control adecuado de los materiales e insumos que están en almacén o los del proceso, entonces no se ajusta a la gestión de la empresa. (pp.9-35)

En su tesis concluye: que en la actualidad no se puede tener sistemas con versiones antiguas y por lo tanto una opción es optar por un sistema ERP, también comenta que no es lujo tener estos sistemas, simplemente es una necesidad para mejorar los procesos y estar conectados a nivel interno y externo.

También comenta que hay más empresas en el rubro que impacta de manera positiva en el modelo de su negocio. Y eso les da ventajas competitivas, según los términos de visión del negocio, siempre y cuando estos hayan sido correctamente implantados y trabajados con el equipo y empresa en general. Revisando la bibliografía de FOX 6.0, ya no existe proveedores que ofrezcan este servicio y esto complica la mejora de versiones y adaptación a estos tiempos que actualmente usan aplicaciones móviles para su gestión empresarial, y tampoco ya no se cuenta con personal capacitado, ya con todo esto la empresa evaluada no le queda otra cosa que cambiar a un ERP actualizado, y también puedo acotar que cuando se realiza este tipo de tesis, también queda como material estratégico para la empresa y material de consulta para afinar sus modelos de negocio, y también la interacción con otras.

Finalmente se vuelve la tesis un material necesario para dominar los conocimientos de la empresa investigada.

Malpica (2015) en su investigación “Metodología de la implementación de un ERP. Caso: software libre en la gestión del proceso de ventas en una pyme de la ciudad de Cajamarca” de la Universidad de Piura. Facultad de Ingeniería.

Según su tesis en Perú se tiene el mismo caso de microempresas (Pymes) que tienen necesidades no atendidas con respecto a soluciones tecnológicas y también el grado de informalidad de las empresas en todo su aspecto y de sus procesos, entiendo que en estos conceptos que indica el tesista, saco también la conclusión que son empresas reactivas al día a día y no tienen planificación a corto, mediano y largo plazo, sobre lo dicho y refuerzo sobre una necesidad insatisfecha y esta es uno de ellos como

la tecnológica y también sobre el gobierno de su información. Por lo tanto, han encontrado soluciones o alternativas empresariales de software libre como Open Source, en su investigación plantearon una metodología para evaluar futuros prospectos de software que se adapten a las empresas medianas. (pp.1-23)

Chamba & Yuvixa (2015) en su trabajo de investigación “Alternativas de implementación de un sistema ERP en una Pyme agroindustrial peruana”:

Aquí los investigadores se plantearon el objetivo de confeccionar una referencia como guía que ayude a la empresa que están evaluando y adquirir e implementar un sistema ERP. Por lo cual prepararon una guía del uso de las ERP que comienza con los términos super sencillos para comprender un sistema ERP, detallando además de manera muy detallada un análisis de alternativas de software en el mercado ,y finalmente sobre un estudio de un software para pyme agroindustrial existente y buscar algún software que tenga necesidades específicas para el negocio agroindustrial , este modelo pretende ampliar los conocimientos previos para una mejor decisión de implementación de parte de los empresarios como: el análisis de procesos, necesidades en áreas funcionales, sugerencias de las necesidades técnicos, costos y retorno de la inversión. Además, señaló que existe una oferta amplia de ERP en el mercado local, pero que, aproximadamente un veinticinco por ciento de ello, son específicas para la gestión agroindustrial. El primer camino por el crecimiento de las pymes sería la adquisición o implementa un sistema ERP; teniendo en cuenta otras aristas de fondo: que son técnicos, culturales advertido en su tesis; de lo contrario, corre el riesgo de solo convertirse en un intento de hacer bien las cosas; decir que los cambios se orienten a una solución tecnológica escalable. (pp.3-44)

En resumen: “La implementación de un sistema ERP es una innovación tecnológica para el negocio que lo implemente, sin embargo, y esto implica más que un cambio

tecnológico, de innovación y de tecnicismo de procesos es lograr que la mentalidad de pensamiento digital este ya interiorizada o como se dice de manera informal ,sea parte del ADN de la empresa, cuando definieron los procesos de ventas ,encontraron ERP ,que si se adaptaban, pero cuando pasaron a los procesos propios del negocio agroindustrial, se encontraban con problemas en el cumplimiento d los procesos, por lo tanto es un trabajo de la empresa que se anime a ofrecer los servicios de ERP, poder cumplir con esos procesos mínimos, en bien de las buenas prácticas y operaciones de la empresa, y de paso disminuyen el tema de diagnóstico ,solo quedaría que se sienten y confirmen si están en esa capacidad de atender a la empresa agroindustrial. Cuando se reúnan con las empresas ERP, es indispensable que tengan un equipo de proyecto de implementación, esto es recomendable para que puedan estar bien enfocados en la tarea encomendada, ya que ellos recopilaran todas las necesidades de cada área, de la alta gerencia y los usuarios expertos en el uso del ERP”.

Finalmente, aquí también en esta tesis, recomiendan dar el salto tecnológico, tener recurso humano con pensamiento digital, ya se ve este misma recomendación y conclusión coo una constante en todas las tesis mencionadas y que todos estén llegando a esa misma conclusión académica y de experiencia empresarial.

Mendoza, (2013) en su estudio “Evaluación e identificación de estrategias de venta para los productos importados por la empresa Distribuidora Raíces SAC”.

El trabajo investigativo se realizó en la empresa distribuidora “Raíces S.A.C”. misma que se desempeña en el rubro de la producción y reparto de envases de acero quirúrgico y línea blanca desde hace quince años. En esta investigación se puede observar que si hubo interés por la alta gerencia para tener una estrategia del negocio, y así tener un camino a seguir para la guía de los actuales y nuevos recursos humanos ,que se inserten a la empresa, según la lectura se entiende que lo aplicaron en las áreas de ventas, procesos y alta gerencia, y también de manera externa en el estudio de

mercado y sus competidores ,también menciona que lo hacen bajo los conocimientos académicos de la carrera de administración y negocios (pp.5-20).

Cabe indicar que la alta gerencia no tenía ningún instrumento de guía en su estrategia y procesos, todo de manera empírica, según la lectura y mis conclusiones.

Para su evaluación realizaron la técnica del muestreo, con uso de cuestionarios, por lo tanto, vuelvo a reforzar que su alta gerencia no tenía planificación a corto, largo y mediano plazo y tampoco presupuestos internos y externos como las ventas. Bien, como toda la investigación fue en tiempo real, eso es muy efectivo porque se está tratando con los entes directos de la organización y encargados de sus propios proceso y actividades.

En la evaluación de las áreas y realizando todas las técnicas de encuestas y evaluación, dieron el veredicto de usar la metodología del marketing relacional, según sus conclusiones es el marco conceptual que más se acopla a la realidad de la empresa y que es muy buena ya que está más cerca del cliente, y como acción táctica es realizar ventas cruzadas de acuerdo con las recomendaciones de la fuerza de ventas, que según experiencia sigue siendo una buena estrategia comercial.

En conclusión, puedo decir que no solo usan la metodología de manera tajante, si no, que se tiene una concordancia mutua con el recurso humano, es decir han sido conscientes y han aceptado la propuesta de cambio de manera amigable y es la que se adapta a la forma de trabajo, claro está, con algunas mejoras por la misma investigación que se realizó y recomendó a la alta gerencia.

Cecilio, C., & Vilma, G. (2015) en su estudio de investigación “Plan de negocios para la implementación de una empresa productora y comercializadora de helado de aguaymanto en el distrito de Jesús María, Lima”.

En su investigación de esta tesis se proponen darle valor agregado a la venta de helados o chupetes con un valor agregado y de alto valor nutritivo como el aguaymanto

este producto lo ofrecerán como primer paso en una zona determinada del distrito de lima, que sería Jesús maría, en ese proceso definieron que la empresa será S.R.L(sociedad de responsabilidad limitada) y que abastecerán según los formatos escogidos ,bueno esta definición de la estrategia está definida por un antes ,que bien a ser al revisión de mercado y han encontrado un nicho específico de clientes , que le gusta degustar de productos con valor agregad y nutritivo (pp.37-75)

Aquí podemos apreciar que después de la investigación o aplicación de la metodología de investigación, nacen las estrategias, los procesos, las necesidades de inversión tecnológica, el tipo de recurso humano o perfil y adicional haber realizado una investigación de mercado muy amplia para poder proyectar sus ganancias, inversiones, y planificar las operaciones de producción y distribución. Cuando se tiene una investigación previa en cualquier negocio que empieza se vuelve más robusto el tema de desempeño en su corto y mediano plazo, porque hay una guía y confianza en los pasos a seguir, por no decir que la información lo es todo para poder tener una buena decisión y también el capital o recurso humanos como pilar para la mejor estrategia y uso de las tecnologías.

Dileo Pinillos, R. C., Díaz Amayo, J. L., Gordillo Andrade, L., & Ubillus Galarreta, E. A. (2017) en su investigación “Planeamiento estratégico para Aidisa Perú SAC”.

En esta tesis de investigación estarán planteando su problemática con una metodología de investigación con el título de, Planeamiento estratégico, solo menciono este título ya que tiene relación con la investigación a realizar, en qué sentido ya que para tomar una decisión tanto de nivel comercial, de soluciones tecnológicas, tiene que estar respaldada por una estrategia de la compañía que contempla estos aspectos, solo en este caso solo se están enfocado en crear la estrategia de la empresa con una herramienta interna de evaluación como el acrónimo de PEST teniendo sus líderes de evaluación ,gente con mucha experiencia en el rubro del canal tradicional y en especial

del rubro mercados y mayoristas, y en el estudio externo usaran la herramienta con el acrónimo de AMOFHIT, con estas dos herramientas estarán construyendo la visión, misión, metas, variables o indicadores que regirá el curso de la empresa, o también en resumen se puede su visión de negocio de la empresa, con respecto a su mercado, siempre comento que todo modelo de negocio se debe actuar a su entorno actual para que sea versátil y escalable ,sobre todo adaptable; bueno con la investigación realizada la empresa podrá mejorar sus actividades comerciales, operacionales y sobre todo poder rentabilizar cada acción estratégica que realiza, ya con esto sus decisiones estratégicas estarán reemplazadas en base a estadística y análisis. En el largo plazo la empresa Aidisa, será un referente en distribución e invitará a más fabricantes para que sea la empresa el socio estratégico en su distribución de sus productos(pp.12-97)

En resumen, concluyo que esta tesis se enfocó en la importancia de la estrategia en su toma de decisiones, y desde mi óptica personal, todo tiene que estar sincronizado desde áreas de la empresa hasta la cultura corporativa empresarial con respecto a su recurso humano.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Software

Para explicar esta variable independiente revisaremos la bibliografía siguiente.

Según Karen, C., & Asín Lares, E. (2014) menciona lo siguiente:

En el Proceso de gestionar una organización quizás puede ser super complejo, por lo cual, desde el enfoque de tecnologías de información, es necesario una solución tecnológica potente, escalable y sólida, y una de sus características es que tiene módulos que están compuestos en un solo concepto de sistema integrado en un solo lugar las transacciones que la empresa va generando en sus operaciones. Además, indican que se debe tener una robusta base de datos en términos de arquitectura y modelamiento informático, para dar con lo óptimo que busca la empresa que adquiere estos tipos de software. Esta solución como indica el autor son hasta el momento los sistemas ERP (del inglés Enterprise Resource Planing) o sistema de planificación de recursos empresariales. En la actualidad son una solución integradora para la organización.

En definitiva, una base de información creara ventajas competitivas para la empresa, sin embargo, pero no es una tarea sencilla de lograr, aunque puedo acotar que en la actualidad hay empresas que se encargan de tener bases de datos robustas como Oracle (p.93).

Karen, C., & Asín Lares, E. (2014), hace mención que un sistema ERP empresarial contiene los siguientes módulos:

Módulo de inventarios

Este módulo lleva el control o gestión de inventario de activos y orden de compra a proveedores en línea o tiempo real o también en caliente como suelen llamar en la conversación diaria de las empresas.

Funcionalidades principales:

- Multi almacén/ubicaciones/unidades
- Preconfiguración de la contabilidad
- Productos sustitutos
- Controla lotes, pedidos, series etc.
- Transferencias gratuitas
- Consumos o bonificaciones
- Mermas
- Generación pólizas contables

Módulo de Producción

La característica de este módulo permite realizar combinaciones de recetas o formulas y así tener un control total de la producción en tiempo real.

Funcionalidades principales:

- Recetas
- Orden de producción
- Trazabilidad del producto
- Generación de pólizas de contabilidad en línea

Módulo de Ventas

En este módulo permite llevar el control de los pedidos efectivos, pendientes o con fecha de entrega diferidas, es el módulo más versátil, por la interacción con clientes externos.

Entre sus bondades principales:

- Multimonedas
- Cotizan
- Sacan pedidos
- Hacen facturación digital

- Devolver
- Notas de crédito y débito
- Programa de cobro
- Lista de precio por cliente

Módulo de Cuentas por cobrar

Este módulo te permite llevar un exhaustivo análisis, control de las cuentas por cobrar en distintas monedas, está amarrado a la contabilidad y genera reportes de análisis detallado sobre las cobranzas.

Funcionalidades principales:

- Multimonedas
- Cuentas antiguas por saldos
- Integrador de pagos
- Gestión de documentación digital (PDF y XML de facturas electrónicas)
- Planificación y reporte vencidos y morosidad
- Estado de cuenta de los clientes

Módulo de compras

Este módulo tiene la opción de enviar órdenes de compra a sus proveedores de manera automática con los precios actuales, y también en la recepción ser de manera más fácil de acuerdo con orden compra.

Funciones principales:

- Requerimientos
- Cotizar
- Ordenar compra
- Recibir mercancías

- Compras y/o gastos
- Digitalizar documentación
- Notas de crédito
- Nota de débito
- Multimonedas
- Centros de costos, áreas de negocios y centros de costos adicionales

Módulo cuentas por pagar

Este módulo te permite llevar un sistema de alertas de pago para estar alineado con tus proveedores, y también maneja reportes al detalle.

Funciones principales:

- Multimonedas
- Reporte de saldos
- Consolidación de pagos
- Planificación de morosidad
- Control cuenta del proveedor

Módulo de tesorería

Este módulo permite llevar el control de flujo de caja, impuestos, integrados a sus respectivos centros de costos. Este módulo ya está cercano al tema de registro de compras para el pago de impuestos.

Funciones principales:

- Multimonedas
- Gestor de proveedores
- Gestión clientes
- Transferencia entre bancos
- Control de caja chica

- Control de gastos por comprobar
- Conciliaciones con bancos
- Generación de reportes para impuestos

Módulo de contabilidad

Este módulo ya te pueda dar los estados financieros, balance general y todo lo que tiene que ver con la contabilidad analítica entre sus bondades lo mencionamos a continuación.

Funcionalidades principales:

- Costeo
- Cunetas por negocios
- Plan de presupuestos
- Múltimonedas
- Plan de cuentas
- Comunicación entre los módulos de gestión administrativa con un clic.

2.2.2. Estrategia de Negocio

Kenneth, L., & Jane, L. (2012) en el capítulo 3 sobre los sistemas de información, organizaciones y estrategias, menciona lo siguiente:

“Que se estos deben otorgar beneficios genuinos, construyendo sistemas de información con la clara comprensión de la organización en la que se van a aplicar”. También menciono factores importantes en la organización a tener en cuenta en nuevo proyecto de ERP y son:

- Entorno organizacional.
- Estructura jerárquica.
- La organización con su cultura y políticas corporativas.
- Estilos y tipos de liderazgo.
- Grupos de interés interno y externo afectados por estas innovaciones.

- Las nuevas tareas, comandos o algoritmos que usara y aplicara el nuevo ERP (p.95).

Kenneth, L., & Jane, L. (2012), menciona que existen cuatro estrategias genéricas de negocio: “El liderazgo en costos bajos, productos diferenciados, enfoque en los nichos de mercado o nuevos nichos y el fortalecimiento y trato más cercano con los clientes y proveedores”.

En su costo bajo de Liderazgo

Esta estrategia relacionada con los sistemas informáticos es mejorar el proceso operacional reduciendo los costos y así poder ofrecer en el mercado mejores precios que la competencia.

En la Distinción de productos

Use las tecnologías de información para gestionar, diseñar o crear innovación en productos, servicios y empaques, también modificar comportamientos del cliente con productos innovadores y darle valor a lo existente.

En su Enfoque en nichos de mercado

En este concepto se entiende que los sistemas informáticos proveerán de información estadística, para tomar la mejor estrategia comercial, como por ejemplo a través de técnicas de geolocalización, servicios móviles, que estarán integrados al ERP, y también se crearan promociones comerciales específicas por zonas de acuerdo al análisis previo y también teniendo información de la competencia y generando incentivos de vendedores por objetivos cumplidos, esto es la versatilidad que se puede hacer cuando se cuenta con ERP robustos.

En el Fortalecimiento de fidelidad con los clientes y proveedores

En este concepto se usa el termino de fidelización del cliente, en sus canales de atención o servicio al cliente, esto incluye el trato con proveedores, aquí el área de imagen institucional usara las herramientas de analítica a la mano.

En esta tabla volvemos a reforzar los conceptos que plantea el autor.

Tabla 1. *Estrategia de competitividad básica*

Estrategia	Descripción	Ejemplo
Liderazgo de costo bajo	Usar sistemas informáticos que permitan desarrollar servicios y productos al precio más bajo que los competidores, y que permita en el tiempo mejorar la calidad y el nivel del servicio.	Walmart
Diferenciación en productos	Usar los sistemas informáticos para diseñar, productos, empaques, artículos y nuevos servicios.	Google, eBay, Apple, Lands End
Enfoque de nichos de mercado	Usar los sistemas informáticos para permitir estrategias enfocadas en un solo nicho de mercado específicos o varios, pero específicos.	Hilton Hotel, Harrah's
fidelización con clientes	Usar los sistemas informáticos para fidelizar cliente, prospectar y captar nuevos.	Chrysler Coporati on Amazon. Com

En resumen, los sistemas de información o sistemas informáticos, o software (en su término en inglés) interactúan con los procesos de las empresas y aportan mejoras en las tomas de decisiones y evita retrabajos manuales. Los sistemas informáticos impactan en la estructura empresarial, o también en su cultura corporativa. Los ERP o software empresarial son sistemas informáticos que se puede construir para optimizar, reducir la incertidumbre de gestión y mejorar las necesidades en los grupos de la organización y, se modela y adapta a la estrategia de la empresa, desde la base de su estructura.

2.3. Definiciones conceptuales

2.3.1. Definición Software

González, L. M. (2003) define a un sistema informático empresarial ERP como:

Aquel que organiza sus recursos y administra información de forma ordenada y precisa, va satisfaciendo aquellas necesidades de gestión en las empresas. Esto permitirá un mejor control de sus decisiones y de sus inversiones en planes de cada área operacional (p. 21).

Kenneth, L., & Jane, L. (2012), lo define a un software empresarial:

“Como un conjunto de módulos integrados para usos en áreas de venta y distribución, área contable y financiera, administración de inversiones, materiales, gestión de producción, mantenimiento y control de plantas, gestiones planillas de recursos humanos, los cuales permiten que todas las áreas usen su funcionalidad y puedan también explotar los datos recopilados (p.338)”.

Karen, C., & Asín Lares, E. (2014) menciona lo siguiente:

Es un Sistema de información (SI), que tiene variedad de módulos que se interconectan entre sí, con el objetivo de manejar todas las actividades que realiza el, un SI no siempre integra un equipamiento electrónico (hardware), pero lo asumen de manera general, lo correcto sería diferenciarlo (p.69).

También puede de naturaleza diversa estos elementos, el cual incluiré solo uno de los elementos que tiene relación con la variable a investigar:

- Los programas o algoritmos ejecutados por sistemas computacionales dan como resultado o salidas de acuerdo con lo indicado en su algoritmo, el mejor algoritmo empresarial, será más escalable y versátil, aquí mi comentario personal sería: “mientras menos capacidad de hardware consuma, mejor será el algoritmo; bueno el resultado final de estos algoritmos, resultara como visualizaciones, reportes, procesamiento, es el comando que configuran para que dé un resultado esperado. Para entender los algoritmos son los cercanos al lenguaje máquina que a través de comandos realizan operaciones matemáticas, registro de datos según los campos indicados, de tal manera que tiene que llegar al lenguaje humano de manera sencilla y fácil de interpretar. Los algoritmos también se pueden decir que tienen gobernanza, en el sentido que tiene que ser eficiente y eficaz, al momento de solicitarlo con un comando o solicitud traducida en procesos de respuesta rápida a necesidades específicas, que también se pueda comunicar con otros sistemas de información, y también sean de capacidad de creación pequeñas que no deben ocupar mucha base de datos. En resumen, diría que podemos también usar el termino de algoritmo empresarial en el uso del software empresarial, ya que esta técnica es el corazón de un ERP o software empresarial.

Los sistemas informáticos realizan actividades principales como: entradas, almacenamientos, procesar y dar salida a la información, adiciono a este comentario con el uso de algoritmos a nivel lenguaje maquina (p. 69-70).

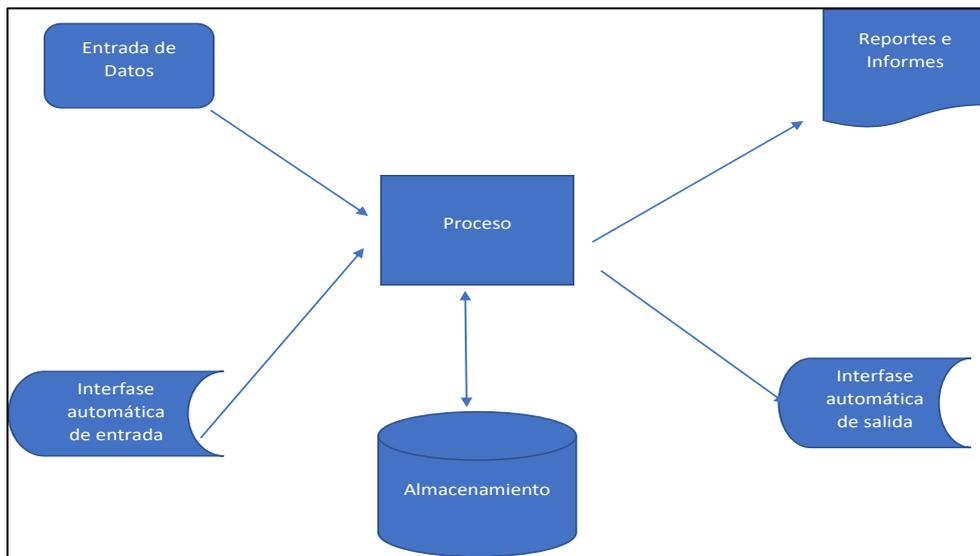


Figura 2. Proceso de un sistema de información (SI)

Fuente: Karen, C., & Asín Lares, E. (2014, p.71)

2.3.2. Definición Estrategia de Negocio

Según, Guanilo (2012) define estrategia como:

“Un patrón integra los principales objetivos y políticas de la organización, además establece una secuencia coherente de las acciones a realizarse; estas pueden desarrollarse en organización sin que alguien se lo proponga, es decir, sin que sean formuladas”.

Una comunicación empresarial adecuada asegura el correcto uso de sus recursos y da mejor desempeño tanto interno como externo, con el solo fin de lograr un contexto aceptable y eficaz en su aplicación, con la anticipación posible de los cambios internos y externos del mercado, eso incluye para entendimiento el uso del término “planificación estratégica o estrategia del negocio”, la estrategia es vital para cualquier negocio, ya sea pequeño o grande (p.28).

Thompson, A. A., Strickland, A. J., & AJ III, S. (2011). Define a la estrategia de negocio como:

El arte y ciencia en la que se formula e implanta y evalúa la toma de decisiones por medio de acciones humanas permitirán que las empresas logren sus objetivos. Según la definición de este autor, la dirección de la empresa se centra en la integración de la gerencia en totalidad con las demás áreas sin descuidar la inteligencia de negocio con el fin de lograr el éxito empresarial (p. 125).

David, F. (2013). Conceptos básicos de Administración Estratégica. Ed.

“Da una comparación de estrategia de negocio y a la estrategia militar comenta una diferencia fundamental, donde los negocios se formulan, implementan y evalúan bajo un supuesto de competencia, y en lo militar se basa en supuesto de conflictos” (p.5).

2.4. Objetivo de la investigación

2.4.1. Los Objetivo general

Interpretar la relación existente entre la percepción de uso que se tiene del software SAE y su estrategia de negocio de una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de huacho-2016

2.4.2. Los Objetivos específicos

1. Describir la relación entre el módulo de ventas del software SAE y la estrategia del negocio en una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.
2. Describir la relación que existe entre el módulo de tesorería del software SAE y la estrategia del negocio en una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

3. Describir la relación que existe entre el módulo de compras del software SAE y la estrategia del negocio en una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

2.5. Formulando la hipótesis

2.5.1. La Hipótesis general

Se tendrá la relación entre la percepción de uso del software SAE y la estrategia de negocio en la distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

2.5.2. La Hipótesis específicas

1. Se tendrá la relación entre el módulo de ventas y la estrategia de negocio de la distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

2. Se tendrá la relación entre el módulo de tesorería y la estrategia de negocio de la distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

3. Se tendrá la relación entre el módulo de compras y su estrategia de negocio de la distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

CAPITULO III

DISEÑO DE LA METODOLÓGIA

3.1. Diseño de la investigación

“El diseño del presente estudio pertenece al tipo correlacional descriptivo y no experimental”. Hernández, Fernández y Batista (2014)

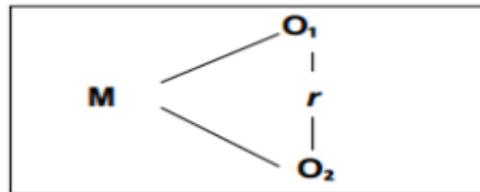


Figura 3. Graficando el diseño de investigación

Fuente: Elaboración propia

Donde:

M = Muestra de trabajadores empresa distribuidora.

O1= Observando variable independiente software SAE.

O2=Observando variable dependiente estrategia de negocio.

r =Relación que existe entre el análisis de percepción del software SAE y la estrategia de negocio en la empresa de distribución de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

3.2. Tipo

El tipo no experimental, como investigación, es decir cómo se da en su naturaleza sin alterarla.

3.3. Su enfoque

El presente trabajo tendrá el enfoque cuantitativo, eso quiere decir que se tendrá un orden para poder tener un trabajo cercano a la problemática planteada.

3.4. Su Población

En esta investigación se considerará una muestra poblacional de 32 trabajadores activos en la empresa distribuidora, de los cuales el 91% es personal masculino y el 9 % es personal femenino, para entender la descripción presentamos el siguiente cuadro:

Tabla 2. Distribución de *la población de la distribuidora, 2016*

Categoría	Total	Porcentaje
Hombres	29	91 %
Mujeres	3	9 %
Total	32	100 %

3.5. Muestra

La muestra por utilizar es la no probabilidad intencional al criterio del autor por la experiencia y conocimiento del área a investigar, así mismo el estudio de muestra estará conformado por 32 trabajadores de los cuales 29 son hombres y 3 son mujeres.

En una cita de Hernández citado en Castro (2003) indica que:

“Si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra” (p.69).

Tabla 3. *Distribución de la muestra Distribuidora en el 2016*

Categoría	Total	Porcentaje
Hombres	29	91 %
Mujeres	3	9 %
TOTAL	32	100 %

3.6. Operacionalizando las variables

Variables	Definición	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala	Instrumento
Software SAE	el software como parte de los sistemas o software informáticos, es el conjunto de elementos o módulos que interactúan entre sí, en el apoyo del negocio o actividades empresariales. Karen, c., & así lares, e. (2014).	Módulo de ventas	•Pedidos clientes.	1	Escala de Likert	Cuestionario
			•Cobranzas clientes.	2		
			•Estadística ventas.	3		
			•Pedidos x celular.	4		
			•Facturación electrónica	5		
		Módulo de tesorería	•Multimonedas.	6		
			•Transferencias bancarias.	7		
			•Conciliaciones bancarias.	8		
			•Reporte de pagos proveedores.	9		
			•Control de pagos proveedores.	10		
		Módulo de compras	•Cotizaciones de compra.	11		
			•Órdenes de compra.	12		
			•Recepción de las mercancías.	13		
			•Digitalización documentos de compra, gastos y ventas.	14		
			•Centros de costos.	15		

Estrategia de Negocio	La estrategia es la creatividad única que nace de acuerdo con la realidad de cada empresa y que se diferenciara de sus competidores, como una ventaja competitiva. (Porter, m., & kramer, m. r. 2006).	Liderazgo de bajo costo	<ul style="list-style-type: none"> •Descuentos por volúmenes de venta. 16 •Gestión cartera contado/crédito. 17 •Precios segmentados x zonas. 18 •Empaques promocionales. 19 •productos aplicados al precio. 20 	<ul style="list-style-type: none"> 16 17 18 19 20 	<ul style="list-style-type: none"> Escala de Likert 5 4 3 2 1 	<ul style="list-style-type: none"> Cuestionario
		Diferenciación de producto	<ul style="list-style-type: none"> •Formatos de gramajes diferenciados. 21 •Empaques innovadores. 22 •Variedad de alimentos y bebidas. 23 •Segmento de productos por sexo. 24 •Productos con ingredientes naturales. 25 	<ul style="list-style-type: none"> 21 22 23 24 25 		
		Enfoque de nicho de mercado	<ul style="list-style-type: none"> •Ventas según gustos y preferencias x mercado. 26 •Servicio al cliente x Delivery. 27 •Expansión de zonas según formatos de presentación. 28 •Ventas locales y regionales. 29 •Varias sucursales en un territorio. 30 	<ul style="list-style-type: none"> 26 27 28 29 30 		

3.7. Técnica en la recolección de datos

3.7.1. Describiendo los instrumentos

En esta evaluación usaremos el instrumento de cuestionario, para ambas variables, será un cuestionario impreso mediante un instrumento de impresión o formato de papel con 30 preguntas ,15 preguntas relacionadas con la variable sistemas, divididos en tres subtítulos de 5 preguntas cada uno y 15 preguntas relacionadas con la variable estrategia, divididos en tres subtítulos de 5 preguntas cada uno.

También menciono que el cuestionario se puede trabajar a través de medios digitales, como los formularios electrónicos, correos electrónicos, o encuestas directas de la internet. Fidias G. Arias (2016, p.74)

Tabla 4. *Técnicas para recolección de información*

Técnicas	Instrumentos	Justificación
1. La Encuesta	1. Cuestionario	
Técnica que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así, por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas. (Grasso, 2006)	Es un documento que recoge en forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta (Casas, et. al. 2003:528). Estará estructurado en 15 ítems y serán medidos en la escala de Likert.	Porque es la manera más idónea para conocer las inquietudes y problemas de una muestra de mi población, ya que permite a los encuestados a responder con la verdad. Para obtener información generalizada de casi cualquier grupo de población. Y considero que es una excelente herramienta que permite estandarizar los datos, facilitando una mejor descripción de la variable y como es presencial, el investigador podrá identificar, fallas o sesgos. Y tener opiniones más claras y precisas, evitando sesgos, claro está que el encuestador debe tener un profesionalismo e imparcialidad.

3.7.2. Validez y confiabilidad de los instrumentos

a. Validez

Se cuestionará este instrumento con el método de juicio de expertos (03), quienes emitirán o darán su veredicto profesional sobre la validez y confirmación con su firma, de las indicadas constancias como conformidad de la verificación del instrumento.

Tabla 5. *Validando la investigación por juicio de expertos del instrumento del software SAE*

N°	Grado académico	Nombres Completos	Valor
1	Doctor	Taboada Montalvo Guillermo	Aplicable
2	Magister	Ruiz Coral Wendy Janina	Aplicable
3	Magister	Chamorro Grandez Juan	Aplicable

La apreciación de expertos da como aceptado con valoración aplicable, tanto de contenido como de fondo, y con sus respectivas recomendaciones, como expertos del tema estadístico y de tesis.

Tabla 6. *Validez de investigación por juicio de expertos del instrumento de estrategia de negocio.*

N°	Grado académico	Nombres completos	Valor
1	Doctor	Taboada Montalvo Guillermo	Aplicable
2	Magister	Ruiz Coral Wendy Janina	Aplicable
3	Magister	Chamorro Grandez Juan	Aplicable

“En esta segunda parte de la variable, se tuvo la evaluación o dictamen respectivo, teniendo la revisión de los expertos del instrumento, dando validez y confianza del estudio muestral”.

b. Confiabilidad

Para la medición del instrumento usaremos el conocido método de Alpha de Cronbach mediante el software estadístico SPSS v22.

Alpha de Cronbach su fórmula es:

K:	Cantidad de ítems
$\sum Si^2$:	Sumas de varianzas de los Ítems
S_T^2 :	Varianza de la sumatoria de los Ítems
α :	Coef. de Alfa de Cronbach

Tabla 7. Resultados del alfa Cronbach

Instrumento	N° ítems	Alfa de Cron Bach
Software SAE	15	0,954
Estrategia de negocio	15	0,986

Aquí podemos apreciar que dio el resultado por encima de la media de 0.5, según la teoría de alfa de Cronbach el instrumento es aceptable y tiene buena correlación.

3.7. Técnica de procesar y analizar datos

En el uso del método o técnica estadísticos, el procesamiento de datos será posible mediante conceptos estadísticos, como la estadística descriptiva- inferencial.

La información se presentará en tablas y gráficos estadísticos.

3.8. Los Aspectos éticos

Mi tesis de estudio está en el plano de respetar y aplicar los conceptos de la ética profesional, incluido el campo de experiencia del autor, es decir, respetar el derecho de autor citando las fuentes en cada cita o términos que compromete la idea general, y esto incluye fuentes de información primaria, secundaria donde la ética de respeto quienes crean conocimiento sea valorada, respetada y mencionada.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. Descripción de resultados

4.1.1. Resultado variable independiente: Software SAE

Tabla 8. Nivel de percepción en el uso del software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

Nivel del uso del software	Trabajadores	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	5	15.6
Indeciso	19	59.4
De acuerdo	8	25
Totalmente de acuerdo	0	0
Total	32	100

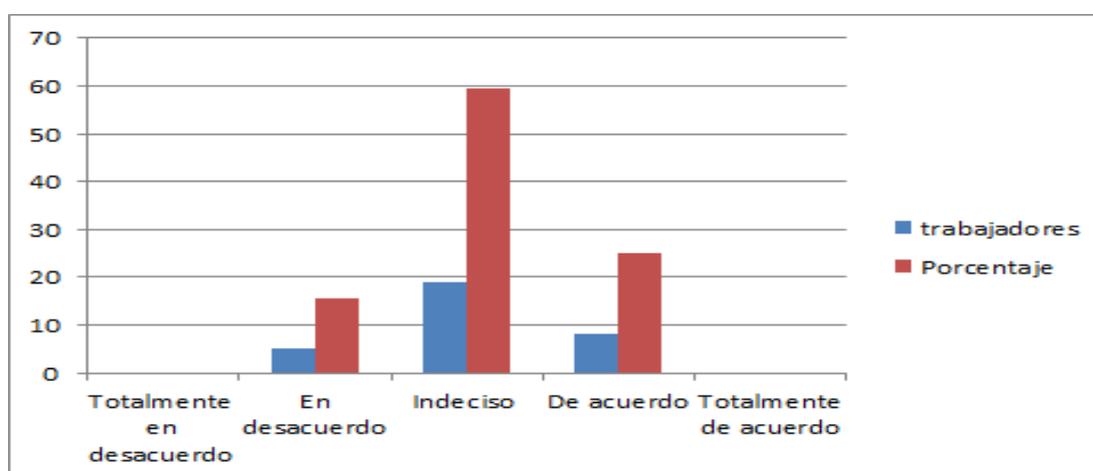


Figura 4. Nivel del uso del software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

Descripción de resultados: “En la tabla N° 8 nos dan a conocer que un 59.4% de trabajadores tienen una opinión indecisa sobre el uso del software SAE, un 25 % de trabajadores está de acuerdo, un 15.6 % está en desacuerdo, ningún trabajador manifestó estar totalmente en desacuerdo, y ningún trabajador manifestó estar totalmente de acuerdo con el

uso del sistema de información SAE la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016”.

Tabla 9. Nivel del uso del software SAE según sus dimensiones en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

Dimensiones	Niveles de los módulos	Trabajadores	Porcentaje (%)
Módulo de ventas	Totalmente en desacuerdo	1	3.1
	En desacuerdo	7	21.9
	Indeciso	18	56.2
	De acuerdo	6	18.8
	Totalmente de acuerdo	0	0
Módulo de tesorería	Totalmente en desacuerdo	0	0
	En desacuerdo	7	21.9
	Indeciso	11	34.3
	De acuerdo	14	43.8
	Totalmente de acuerdo	0	0
Módulo de compras	Totalmente en desacuerdo	0	0
	En desacuerdo	6	18.8
	Indeciso	20	62.4
	De acuerdo	6	18.8
	Totalmente de acuerdo	0	0

Descripción del resultado: En relación con el nivel del uso del software SAE según sus dimensiones en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016 observamos que:

Respecto a la dimensión del módulo de ventas muestra un 56.2% de trabajadores tiene una opinión indecisa, un 21.9% está en desacuerdo, un 18.8% está de acuerdo, un 3.1% está totalmente en desacuerdo y ningún trabajador de acuerdo.

Respecto a su dimensión del módulo de tesorería muestra un 43.8% de trabajadores de acuerdo, un 34.3% tiene una opinión indecisa, un 21.9% opina estar en desacuerdo, ningún trabajador está totalmente de acuerdo y ningún trabajador en desacuerdo.

Respecto a la dimensión del módulo de compras muestra que un 62.4% de trabajadores tiene una opinión indecisa, un 18.8% está en desacuerdo, un 18.8% está en de acuerdo, ningún trabajador está totalmente de acuerdo y ningún trabajador está totalmente en desacuerdo.

4.1.2. Resultado de la variable dependiente: Estrategia del negocio

Tabla 10. Nivel de la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

Nivel del uso de la estrategia	Trabajadores	Porcentaje (%)
Totalmente en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	4	12.5
Indeciso	19	59.4
De acuerdo	9	28.1
Totalmente de acuerdo	0	0
Total	32	100

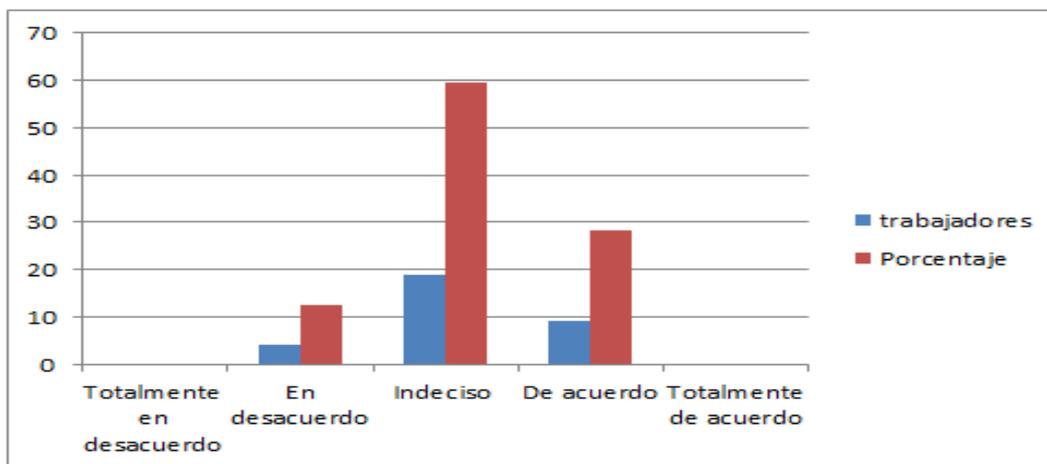


Figura 5. Nivel de la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

Descripción del resultado:

En la tabla 10 nos dan a conocer que un 59.4% de trabajadores tienen una opinión indecisa sobre la estrategia de negocio, un 28.1 % de trabajadores está de acuerdo, un 12.5 % está en desacuerdo, ningún trabajador manifestó estar totalmente en desacuerdo, y ningún trabajador manifestó estar totalmente de acuerdo con la estrategia de negocio la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

Tabla 11. Nivel de la estrategia de negocio según sus dimensiones en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

Dimensiones	Nivel de los módulos	Trabajadores	Porcentaje (%)
Liderazgo bajo costo	Totalmente en desacuerdo	0	0
	En desacuerdo	7	21.9
	Indeciso	19	59.3
	De acuerdo	6	18.8
	Totalmente de acuerdo	0	0
Diferenciación de producto	Totalmente en desacuerdo	0	0
	En desacuerdo	4	12.5
	Indeciso	11	34.4
	De acuerdo	17	53.1
	Totalmente de acuerdo	0	0
Enfoque de nicho de producto	Totalmente en desacuerdo	0	0
	En desacuerdo	4	12.5
	Indeciso	21	65.6
	De acuerdo	7	21.9
	Totalmente de acuerdo	0	0

Descripción del resultado: En la tabla de nivel de la estrategia de negocio las dimensiones en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016 se observa que:

Respecto a la dimensión liderazgo bajo costo muestra un 59.3% de trabajadores tiene una opinión indecisa, un 21.9% está en desacuerdo, un 18.8% está de acuerdo, ningún trabajador está totalmente de acuerdo y ningún trabajador en desacuerdo.

Con la dimensión diferenciación del producto muestra un 53.1% de trabajadores está de acuerdo, un 34.4% tiene una opinión indecisa, un 12.5% opina estar en desacuerdo, ningún trabajador está totalmente de acuerdo y ningún trabajador está totalmente en desacuerdo.

Respecto a la dimensión enfoque del nicho de mercado muestra que un 65.6% de trabajadores tiene una opinión indecisa, un 21.9% está en de acuerdo, un 12.5% está en desacuerdo, ningún trabajador está totalmente de acuerdo y ningún trabajador está totalmente en desacuerdo.

4.1.3. Pruebas de la normalidad

Tabla 12. Prueba de bondad di ajuste a su distribución normal a los puntajes sobre el software SAE y estrategia de negocio con dimensiones, test o prueba de Shapiro-Wilk

	Shapiro-Wilk		
	Estadística	G1	Sig.
Módulo de ventas	.196	32	.000
Módulo de tesorería	.292	32	.000
Módulo de compras	.203	32	.000
Liderazgo bajo costo	.217	32	.000
Diferenciación de producto	.359	32	.000
Enfoque de nicho de producto	.267	32	.000

a. La significación de Lilliefors

Descripción del resultado:

La tabla 12, según la prueba de Shapiro-Wilk el resultado de P es menor a 0.005 en las dos variables, no cumpliendo la normalidad como condición, usaremos pruebas de hipótesis no paramétricas. Será a utilizar la correlación de Rho de Spearman., este coeficiente permite medir la relación entre las variables y las variables con sus dimensiones.

4.1.4. Pruebas de hipótesis

Tabla 13. Prueba de Rho Spearman en contraste de la relación entre el software SAE y estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

		Software SAE	Estrategia de negocio
Software SAE	Coficiencia de correlación	1.000	,926*
	Sig. (bilateral)		.000
	n	32	32
Estrategia de negocio	Coficiencia de correlación	,926*	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	
	n	32	32

*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Descripción del resultado: En la tabla 13 identifiqué lo siguiente:

“Se determina la correlación entre el software SAE y la estrategia de negocio donde muestra un valor $r_{ho} = 0,926$ lo que indica que existe una correlación positiva elevada, hay una significancia menor de 0.05 se obtuvo $p = 0,000$, encontrando relación. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa”.

4.1.5. Variable independiente Software SAE y sus dimensiones

Tabla 14. Prueba de Rho Spearman en contraste de la relación entre la dimensión módulo de ventas del software SAE y la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

			Módulo de ventas
		Coefficiencia correlacional	0,770**
Rho de Spearman	Estrategia de negocio	Sig. (bilateral)	0,000
		n	32

** La correlación es significativa en el nivel 0,01

Descripción del resultado: En la tabla 14 puedo apreciar lo siguiente:

El contraste de correlación con la dimensión módulo de ventas del software SAE y estrategia de negocio, con valor $\rho = 0,770$ y $p = 0,000$, indicando la estadística que existe motivo para no aceptar la hipótesis nula, y existiendo correlación positiva elevada con la dimensión módulo de ventas del software SAE y estrategia de negocio.

Tabla 15. Prueba de Rho Spearman para contraste de la relación entre la dimensión módulo de tesorería inherente al software SAE y la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

			Módulo de tesorería
		Coeficiencia correlacional	0,621**
Rho de Spearman	Estrategia de negocio	Sig. (bilateral)	0.000
		n	32

***. La correlación es significativa en el nivel 0,01*

Fuente: Elaboración Propia

Descripción del resultado:

En la tabla 15 aprecio lo siguiente:

En el análisis respectivo el resultado de la correlación entre la dimensión módulo de tesorerero al software SAE y estrategia de negocio, con valor rho =0,621 y p=0,000, se evidencio en la evaluación de estadística por rechazar la hipótesis nula, Teniéndose correlación positiva moderada con la dimensión módulo de tesorería del software SAE y estrategia de negocio.

Tabla 16. Prueba de Rho Spearman en contraste de la relación entre la dimensión módulo de compras inherente al software SAE y la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

			Módulo de compras
		Coeficiencia correlacional	0,566**
Rho de Spearman	Estrategia de negocio	Sig. (bilateral)	0,000
		n	32

***. La correlación es significativa en el nivel 0,01*

Descripción del resultado:

En la tabla 16, en la evaluación respectiva de contraste se indica la correlación con la dimensión módulo de compras del software SAE y estrategia de negocio, con valor rho = 0,566 y p = 0,000 indicando motivos estadísticos para rechazar la hipótesis nula, confirmando correlación positiva moderada con la dimensión módulo de compras inherente al software SAE y estrategia de negocio.

4.1.6. Variable Dependiente Estrategia de Negocio y sus dimensiones

Tabla 17. Prueba de Rho Spearman en contraste de la relación entre la dimensión liderazgo bajo costo inherente a su estrategia empresarial y el software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

			Liderazgo de bajo costo
		Coeficiencia correlacional	0,633**
Rho de Spearman	Software SAE	Sig. (bilateral)	0.000
		n	32

** La correlación es significativa en el nivel 0,01

Descripción del resultado:

En la tabla 17, el contraste de correlación con la dimensión liderazgo de bajo costo inherente a la estrategia de negocio y el software SAE, con valor rho = 0,633 y p = 0,000, evidenciando con el análisis estadístico la no aceptación de la hipótesis nula, encontrando parecido positivo moderado entre la dimensión liderazgo de bajo costo inherente a la estrategia de negocio y el software SAE.

Tabla 18. Prueba de Rho Spearman en contraste de la relación entre la dimensión diferenciación de producto inherente su estrategia empresarial y el software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

			Diferenciación de producto
		Coeficiencia correlacional	0,557**
Rho de Spearman	Software SAE	Sig. (bilateral)	0.000
		n	32

***. La correlación es significativa en el nivel 0,01*

Descripción del resultado:

En la tabla 18, muestra la conexión con la dimensión, diferenciación de producto inherente a la estrategia de negocio y software SAE, con valor $\rho = 0,557$ y $p = 0,000$, indicando el análisis estadístico de no aceptar la hipótesis nula, hay conexión positiva moderada con la dimensión diferenciación de producto acoplado a la estrategia de negocio y sistema de información.

Tabla 19. Prueba de Rho Spearman de contraste de la relación entre la dimensión enfoque de nicho de mercado inherente a su estrategia empresarial y el software SAE en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016

			Enfoque de nicho de mercado
		Coeficiencia correlacional	0,669**
Rho de Spearman	Software SAE	Sig. (bilateral)	0.000
		n	32

***. La correlación es significativa en el nivel 0,01*

Descripción del resultado:

En la tabla 19, determina la similitud con la dimensión enfoque de nicho de mercado inherente a la estrategia de negocio y software SAE, con valor de $\rho = 0,699$ y $p = 0,000$, indicando el análisis estadístico de no aceptar la hipótesis nula, existe similitud positiva moderada con la dimensión enfoque de nicho de mercado inherente a la estrategia de negocio y software SAE.

CAPITULO V

DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión

1. Con el resultado estadístico obtenido con la relación del software SAE y estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016, evidencia de valor $RHO= 0,926$ y la significancia de $p=0,000$ ($p<0,05$), por lo tanto existiendo correlación elevada positiva lo que nos da la certeza de que existe una relación entre la evaluación metodológica del impacto del software SAE y la estrategia de negocio, podemos dar ya indicios de la relación a nivel general de las dos variables.

2. El resultado final de la prueba estadística demuestra la conexión con la dimensión módulo de ventas y la estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016, hay relación de $Rho = 0,770$, la significante de $p = 0,000$ lo que muestra que p , es menor que $0,05$, indica que este grado de correlación con respecto a la relación entre el módulo de ventas y la estrategia de negocio es positiva y elevada.

Con este módulo podemos apreciar su uso continuo, ya que el resultado está dando a entender, que es un módulo importante para la empresa, y resalto que la empresa se dedica a la comercialización en consumo masivo.

3. La muestra estadística me da claridad de que encuentro una conexión positiva moderada de las dimensiones módulo de tesorería y estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016, mostrando un $Rho=0,621$ y significancia de $p=0,000$, esto evidencia desde ya el poco uso de este módulo, podemos ir deduciendo que los encuestados son en mayoría del área de ventas.

4. La relación moderada positiva en la dimensión módulo de compras y estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016, según el estadígrafo muestra que los resultados estadísticos, se tiene el $Rho=0,566$ y $p=0,000$ lo que confirma esta relación, aquí también podemos deducir, que no usan este módulo de inventarios. Se puede ir deduciendo que mayormente son los encuestados del área de ventas, y ellos casi no lo usan, salvo para mirar sus stocks de productos.
5. En los resultados ya se puede deducir de forma general, que la relación se e evidente en toda la evaluación de sus variables y dimensiones.

5.2. Conclusiones

1. Concluyo que existe relación con un valor de $Rho = 0,926$ y un margen de error de $p = 0,000$ entre el software SAE y estrategia de negocio en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho - 2016, y afirmo que la relación es muy positiva elevada entre las dos variables estudiadas.
2. El resultado obtenido se puede determinar que el módulo de ventas y estrategia de negocio con relación de $Rho = 0,770$, y un grado de error de $p = 0,000$ en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016, por lo tanto, afirmo que existe relación positiva elevada entre el módulo de ventas y estrategia de negocio.
3. Concluyo que existe una relación entre el módulo de tesorería y la estrategia de negocio de acuerdo con el nivel de relación de $Rho = 0,621$ y $p=0,000$ en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho - 2016, por lo tanto, afirmo que existe la relación positiva entre el módulo de tesorería y la estrategia de negocio.
4. Concluyo que el módulo de compras y la estrategia de negocio, tiene la relación de $Rho=0,556$ y $p=0,000$ en la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de

Huacho-2016, entonces se afirma que hay una buena conexión positiva moderada entre el módulo de compras y la estrategia de negocio.

5. Y finalmente concluyo que de acuerdo con los resultados obtenidos que el uso que tiene el software SAE en la estrategia de negocio es positivo ya que permite disponer de información integrada y confiable de las actividades inherentes a la estrategia de negocio con una mejora significativa en cada uno de sus procesos dentro de la empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.

5.3. Recomendaciones

1. A la gerencia de evaluar e implantar un ERP, que se ajuste a los procesos que la empresa maneja, como su estrategia, su modelo de negocio, sus recursos tecnológicos, recursos humanos, económicos y a su cultura organizacional de cómo alcanzar sus objetivos, para que esta implementación sea factible y que permita a la empresa estar preparado para asumir el cambio que produce implementar un sistema de información y estar preparado para las tendencias tecnológicas que cada día están más conectadas a nivel local y global.

2. A la administración ejecutar la estrategia planificada por la gerencia de manera inclusiva para lograr el aprendizaje de cada trabajador respecto al uso del sistema y lograr una sincronización que permita mejorar cada proceso establecido dentro de la empresa.

3. A los trabajadores, participar activamente en las capacitaciones y estrategias de aprendizaje en el uso adecuado de las tecnologías en sus actividades en la empresa para mejorar su productividad desempeño laboral y también tendrán que conocer la gobernanza de datos, ya que se tendrá gran cantidad de datos para explotar y analizar, por lo tanto, se tendrán que preparar con los conocimientos básicos de estadística y un software de inteligencia de negocios.

4. A los que realizan la implementación del sistema de información, desarrollar un manual de usuario didáctico y de fácil comprensión, coordinar capacitaciones con la gerencia,

realizar simulaciones previas y acompañamiento por un periodo de prueba y adaptación del sistema de en las actividades de los trabajadores y brindar soporte técnico cuando sea necesario.

El servicio post venta será clave para mantener relaciones a largo plazo.

5. A mis compañeros investigadores, seguir invitando a indagar y ver tendencias de cambios con una visión a largo plazo para contribuir a las futuras investigaciones relacionadas a la evaluación de percepción del uso de un sistema de información o software empresarial en relación con sus planteamientos de planes de negocio de una empresa en el ámbito regional, nacional e internacional, ya que cuando estén leyendo esta tesis, ya se tendrán otras tecnologías de gestión empresarial más conectada a nivel global, Porque este tipo de tecnologías cambian de manera exponencial y cambiaran la forma de vida de las empresas, negocios, personas y consumidores que interactúan con el mundo digital.

Referencias bibliográficas

- Aparicio, A., Palacios, W. D., Martínez, A. M., Ángel, I., Verduzco, C., & Retana, E. (2008). El cuestionario. *Métodos de investigación Avanzada*
- Arias, F. G. (2014). El proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica. sexta edición (Sexta Edición ed.). *Caracas: Episteme.*
- Benavente, N. & otros (2014), Implementación SAP Business ONE en la empresa SOCOSANI S.A., Tesis maestría. Escuela de postgrado. Administración y dirección de proyectos. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Castellanos de Echeverría, A. L. (2012). Diseño de un sistema logístico de planificación de inventarios para aprovisionamiento en empresas de distribución del sector de productos de consumo masivo. Tesis maestría en logística, Dirección de postgrados y educación continua. Universidad Francisco Gavidia. San Salvador.
- Castro, M. (2003). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. (2^a.ed.). Caracas: Uyapal.
- Cecilio, C., & Vilma, G. (2015). “Plan de negocios para la implementación de una empresa productora y comercializadora de helado de aguaymanto en el distrito de Jesús María, Lima.”
- Constante, C. (2016). La Facturación Electrónica y su incidencia en los procesos administrativos de las empresas comerciales en el Ecuador. Tesis Grado Académico de: Magíster en administración de empresas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.
- Chamba, F., & Yuvixa, E. (2015). Alternativas de implementación de un sistema ERP en una pyme agroindustrial peruana.
- David, F. (2013). Conceptos básicos de Administración Estratégica. Ed.

- Dileo Pinillos, R. C., Díaz Amayo, J. L., Gordillo Andrade, L., & Ubillús Galarreta, E. A. (2017). Planeamiento estratégico para Aidisa Perú SAC.
- Duke, V. O., Navarro, M., Díaz, G., Pérez, Y., & Vargas-Lombardo, M. (2017). Exploración en los sistemas CRM/ERP como estrategia en el sector PYMES. *Revista de Iniciación Científica*, 2(2), 86-94.
- González, L. M. (2003). Cómo implantar un sistema de control de gestión en la práctica. Grupo Planeta (GBS).
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. Editorial Brujas.
- Guanilo Paredes, Carlos (2002) El Planeamiento Estratégico y la capacitación superior, Lima.
- Jaramillo, K. G. (2011). Estrategias de Comercialización y su incidencia en las ventas de la empresa " Reyventas", sucursal Ambato (Bachelor's thesis).
- Karen, C., & Asín Lares, E. (2014). Tecnologías de la información: estrategias y transformación en los negocios. McGraw Hill México.
- Kenneth, L., & Jane, L. (2012). *Sistemas de Información Gerencial*” decima segunda edición.
- Kramer, M. R., & Porter, M. E. (2006). Estrategia y sociedad: el vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. *Harvard business review*, 84(12), 42-56.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. México. Ed. Pearson Educación.
- Malpica, M. (2015). Metodología de implementación de un ERP. caso: software libre en la gestión del proceso de ventas en una pyme de la ciudad de Cajamarca, Perú. Tesis de máster en Dirección Estratégica de Tecnologías de la Información). Universidad de Piura. Facultad de Ingeniería. Piura, Perú
- Mendoza Becerra, R. E. (2013). “Evaluación e identificación de estrategias de venta para los productos importados por la empresa Distribuidora Raíces SAC (Tesis parcial)”. Trujillo.

- Moine, J., Gordillo, S., Haedo, A. (2011a). Análisis Comparativo de Metodologías para la Gestión de Proyectos de Minería de Datos. Proceedings VIII Workshop Bases de Datos y Minería de Datos (WBDDM). Pág. 931-938.
- Moheno, G. A., & Vallès, R. S. (2010). El Impacto de la Gestión del Conocimiento y las tecnologías de Información de la Innovación: Un estudio de la Pymes del Sector Agroalimentario de Cataluña (Tesis Doctorales de Ciencias Sociales). Barcelona. Tesis doctoral. Universitat Politècnica de Catalunya, España.
- Peralta, F. /2014). Proceso de conceptualización del entendimiento del negocio para proyectos de explotación de información. TESIS de Maestría. Ingeniería en Sistemas de Información. Universidad Tecnológica Nacional. Buenos Aires.
- Sampieri Hernández, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. México DF.
- Thompson, A. A., Strickland, A. J., & AJ III, S. (2004). Administración estratégica: textos y casos. McGraw-Hill,.
- Valenzuela, P. (2013). Diseño de una estrategia de negocio para una empresa de transporte especializado. Santiago. Tesis de Maestría. Universidad de Chile. Santiago de Chile.
- Vera, J. (2012). Sistema de información para el control administrativo de ventas e inventarios. Tesis: Maestro en sistemas de información (administración de la tecnología informática). Fundación Arturo Rosenblueth.. México, D.F

Páginas web

Peru21. (15 de 09 de 2017). Ventajas de utilizar un software de gestión en las Pymes.

Recuperado el 22 de 07 de 2018, de <https://peru21.pe/economia/ventajas-utilizar-software-gestion-pymes-375897>

PricewaterhouseCoopers. (22 de 07 de 2018). Los Impactos de las Tecnologías en el Modelo

de Negocio. Recuperado el 22 de 07 de 2018, de <https://www.pwc.com/gx/en/issues/technology/tech-breakthroughs-megatrend.html>

spentamexico. (2015). Impacto de las TICs en la Gestión de Negocios Internacionales.

Recuperado el 22 de 07 de 2018, de [http://www.spentamexico.org/v10-n3/A3.10\(3\)18-33.pdf](http://www.spentamexico.org/v10-n3/A3.10(3)18-33.pdf)

Visa Empresarial. (23 de 04 de 2013). La Pyme y Mypes en el Perú. Recuperado el 22 de 07 de 2018, de https://visaempresarial.com/pe/noticias/la-pyme-y-mypes-en-el-peru_126

Revista CE. <https://www.eumed.net/ce/2015/1/mercado.html>

Abreviaturas

SAE: Sistema de administración empresarial, siglas del nombre de un ERP.

ERP (Enterprise Relationship Planning): Siglas en inglés para describir los Software de Gestión de planificación de recursos empresariales

SI: sistema de información.

PYME: Pequeña y mediana empresa.

MYPE: Mediana y pequeña empresa.

Anexos

Anexo 1

Matriz de consistencia

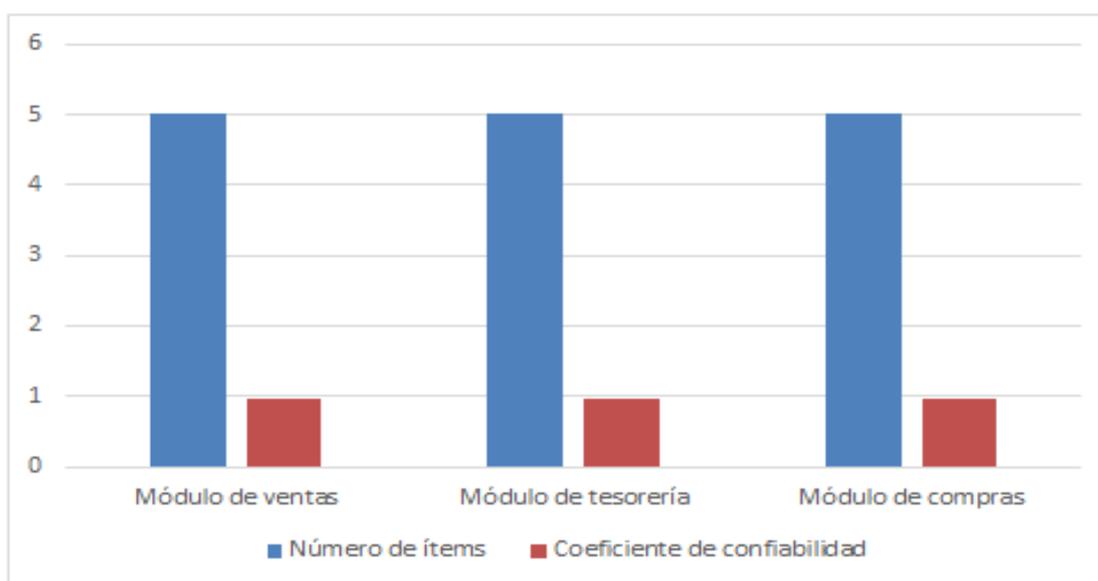
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Método
¿Qué relación existe entre el software SAE y la estrategia de negocio de una empresa distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de huacho-2016?	Describir la relación que existe entre el software SAE y la estrategia de negocio de una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de huacho-2016	Existe relación entre el software SAE y la estrategia de negocio de empresa distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.	Metodología: <ul style="list-style-type: none"> No experimental Tipo: <ul style="list-style-type: none"> Descriptivo-Correlacional Enfoque: <ul style="list-style-type: none"> Cuantitativo
Problema Especifico 1. ¿Qué relación existe entre el módulo de ventas y la estrategia de negocio de empresa distribuidor de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016? 2. ¿Qué relación existe entre el módulo de tesorería y la estrategia de negocio de empresa distribuidor de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016? 3. ¿Qué relación existe entre el módulo de compras y la estrategia de negocio de empresa distribuidor de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016?	Objetivo Especifico 1. Describir la relación del módulo de ventas y la estrategia de negocio de una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016. 2. Describir la relación del módulo de tesorería y la estrategia de negocio de una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016. 3. Describir la relación del módulo de compras y la estrategia de negocio de una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.	Hipótesis Específicos 1. Existe relación entre el módulo de ventas y la estrategia de negocio de empresa distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016. 2. Existe relación entre el módulo de tesorería y la estrategia de negocio de empresa distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016. 3. Existe relación entre el módulo de compras y la estrategia de negocio de empresa distribuidora de productos de consumo masivo del distrito de Huacho-2016.	Población 32 trabajadores Muestra Hernández citado en Castro (2003), expresa que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" 32 trabajadores Técnica de recolección de datos Cuestionario Técnica de procesamiento de datos Con SPSS Variables Independiente: Software SAE Dependiente: Estrategia de Negocio

Anexo 2

Resultados del análisis de confiabilidad del instrumento

Variable Independiente: Software SAE

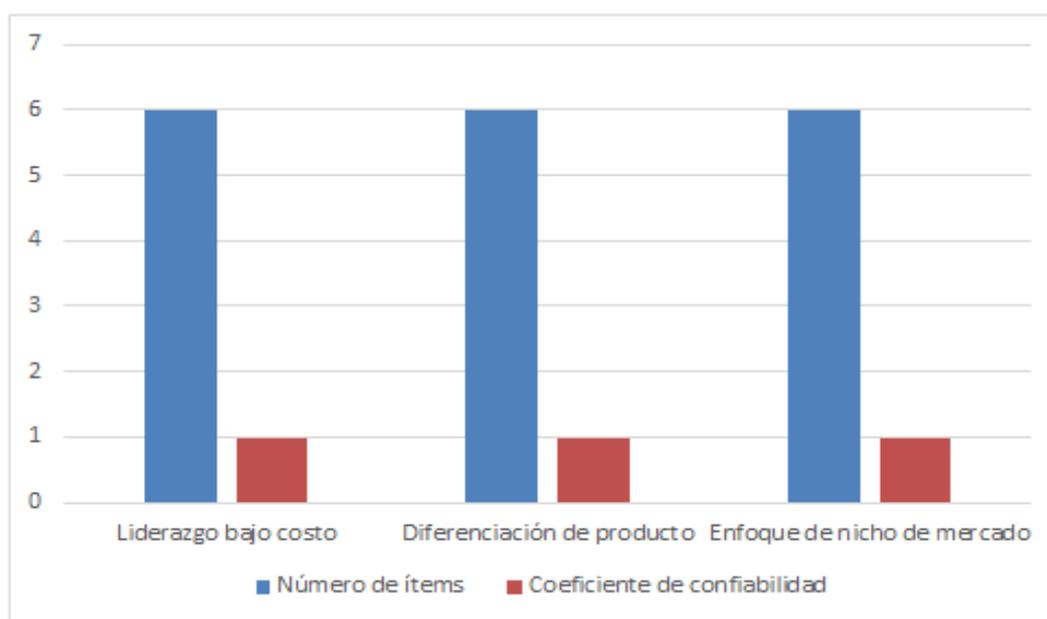
Dimensión	Número de ítems	Coefficiente de confiabilidad
Módulo de ventas	5	.953
Módulo de tesorería	5	.951
Módulo de compras	5	.951
Sistema de información	15	0,954



Variable Dependiente

Estrategia de negocio

Dimensión	Número de ítems	Coefficiente de confiabilidad
Liderazgo bajo costo	6	.985
Diferenciación de producto	6	.980
Enfoque de nicho de mercado	6	.981
Estrategia de negocio	18	0,986



Anexo 3**Matriz de Operacionalización**

Variables	Definición	Dimensión	Indicador	Ítem	Escala	Instrumento	
Software SAE	El software como parte de los sistemas de información, es un conjunto de elementos o módulos que interactúan entre sí, con el fin de apoyar las actividades de una empresa o negocio. Karen, C., & Asín Lares, E. (2014).	Módulo de Ventas	•Pedidos Clientes.	1	Escala de Likert	Cuestionario	
			•Cobranzas Clientes.	2			
			•Estadística Ventas.	3			
			•Pedidos x Celular.	4			
			•Facturación electrónica	5			
					4		
					3		
		Módulo de Tesorería	•Multimonedas.	6	2		
			•Transferencias Bancarias.	7	1		
			•Conciliaciones Bancarias.	8			
			•Reporte de pagos proveedores.	9			
			•Control de Pagos proveedores.	10			
		Módulo de Compras	•Cotizaciones de compra.	11			
	•Orden de compra.	12					
	•Recepción de mercancías.	13					
	•Digitalización de documentos de compra y gastos.	14					
	•Centros de Costos.	15					

Estrategia de Negocio	La estrategia es la creación de una posición única y valiosa que involucra un conjunto diferente de actividades. La esencia del posicionamiento estratégico es elegir actividades que sean diferentes de las de los rivales. (Porter, M., & Kramer, M. R. 2006).	Liderazgo de Bajo Costo	<ul style="list-style-type: none"> •Descuentos por Volúmenes de Venta. 16 •Gestión Cartera Contado/Crédito. 17 •Precios segmentados x Zonas. 18 •Empaques promocionales. 19 •Productos aplicados al precio. 20 	Escala de Likert	Cuestionario
		Diferenciación de Producto	<ul style="list-style-type: none"> •Formatos de gramajes diferenciados. 21 •Empaques innovadores. 22 •Variedad de Alimentos y Bebidas. 23 •Segmento de productos por sexo. 24 •Productos con ingredientes Naturales. 25 		
		Enfoque de Nicho de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> •Ventas según Gustos y Preferencias x Mercado. 26 •Servicio al cliente x Delivery. 27 •Expansión de zonas según Formatos de presentación. 28 •Ventas locales y regionales. 29 •Varias sucursales en un territorio. 30 		

Anexo 4: Encuesta/instrumento de evaluación

Anexo 1: Cuestionario

EVALUACION METODOLOGICA DEL USO DEL SOFTWARE SAE EN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DE EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO DEL DISTRITO DE HUACHO-2016

El presente cuestionario tiene el propósito de recoger información para el desarrollo de una tesis, cuya temática está relacionada con el software SAE y estrategia del negocio. Para cuyo efecto, le agradecemos de antemano la veracidad de sus respuestas, pues así lo exige la seriedad y la rigurosidad de la investigación.

I. INFORMACIÓN SOBRE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN: SOFTWARE SAE Y ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione la alternativa que usted considere refleja mejor su situación, marcando con una "X" la respuesta que corresponda, considerando la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	2	3	4	5

		SOFTWARE SAE				
Ítems	MODULO VENTAS	1	2	3	4	5
01	¿Es amigable y fácil de acceder la opción pedidos de preventa de Bodegas?					
02	¿La opción cobranzas contribuye de manera fácil a la administración necesaria de tu cartera de clientes?					
03	¿La opción de estadística de ventas te ayuda a tomar mejores decisiones en tu área de desempeño?					
04	¿La aplicación de pedidos de preventa a través del celular es rápida y eficiente?					

05	¿Con los cambios actuales de legislación, la facturación electrónica está facilitando el trabajo de facturación?					
Ítems	MODULO TESORERIA	1	2	3	4	5
06	¿El cambio de opción de monedas es de forma automática y fácil de obtener los reportes en multimonedas?					
07	¿La opción de trasferencias bancarias es muy sencillo de usar y confiar?					
08	¿Los reportes de conciliaciones bancarias son precisos y no tienen errores de comparación?					
09	¿Los reportes de pagos de impuestos están adaptadas a las exigencias tributarias actuales?					
10	¿El reporte de control de pagos proveedores es claro y confiable para cumplir con sus obligaciones crediticias?					
Ítems	MODULO DE COMPRAS	1	2	3	4	5
11	¿La opción cotización de compra es fácil de acceder y obtener los enlaces de proveedores de manera correcta?					
12	¿La opción orden de compra tiene la valorización multimoneda para que lo entienda el proveedor?					
13	¿La opción recepción de mercancías, tiene campos necesarios que devuelven información a sus usuarios de manera sustancial?					
14	¿La opción de digitalización de documentos de compra y gastos está permitiendo agilidad de transacciones entre áreas?					
15	¿La opción centro de costos está bien implementado de acuerdo con los principios contables en el momento de su consolidación contable?					
	ESTRATEGIA DE NEGOCIO					
	LIDERAZGO DE BAJO COSTO	1	2	3	4	5
16	¿Su estrategia de descuentos por volúmenes de ventas está permitiendo generar objetivos de ventas?					
17	¿Su estrategia de cartera contado/crédito le produce los volúmenes esperados?					

18	¿Su estrategia de Precios segmentados por zonas es eficaz y está dando resultados esperados?					
19	¿Su estrategia de empaques promocionales es contundente para el mercado de bajo recursos?					
20	¿Su estrategia de precios directos al producto, genera el impacto de volumen buscado?					
	DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO	1	2	3	4	5
21	¿La estrategia de formatos de gramajes diferenciados es aceptable?					
22	¿Su estrategia de empaques innovadores está generando efectividad de ejecución?					
23	¿La estrategia de variedad de alimentos y bebidas que ofrece la distribuidora, es efectiva al momento de captar más clientes?					
24	¿La estrategia de productos direccionados al género masculino o femenino, está bien aplicada?					
25	¿La estrategia de ofrecer productos con ingredientes naturales está dando el impacto buscado en el consumidor?					
	ENFOQUE DE NICHOS DE MERCADO	1	2	3	4	5
26	¿Es eficaz la estrategia de productos por preferencias de consumo y gustos de las zonas altas, medias y bajas en recursos monetarios?					
27	¿La estrategia de Ventas, como el delivery está generando ventas, de acuerdo con los objetivos comerciales?					
28	¿La estrategia de ampliación de atención de zonas de acuerdo con formatos de precios está impactando de manera eficaz?					
29	¿La atención de zonas locales y regionales está dando buenos resultados en entregar mix de productos?					
30	¿La creación de sucursales está generando una buena estrategia de servicio al cliente y tener los productos más cerca del consumidor?					

Resultados del instrumento del software SAE

Dimensión 1						Dimensión 2						Dimensión 3					
Módulo de ventas						Módulo de tesorería						Módulo de compras					
1	2	3	4	5		6	7	8	9	10		11	12	13	14	15	
1	1	2	3	2		2	1	1	2	2		2	2	2	4	2	
3	4	2	2	2		4	4	3	3	4		4	3	4	3	2	
3	3	2	2	2		2	3	3	2	3		3	2	2	4	2	
4	4	2	2	3		3	4	4	3	3		3	2	3	4	3	
4	4	3	1	3		3	4	4	3	3		3	2	2	4	3	
4	4	3	4	3		3	3	4	3	4		4	4	4	4	4	
1	1	4	3	4		3	3	4	3	3		3	3	3	3	3	
1	1	3	3	4		4	1	1	3	3		4	4	3	4	4	
1	1	4	4	2		4	1	1	4	4		4	2	4	4	4	
1	1	4	3	4		3	1	1	3	3		3	3	3	1	2	
1	1	2	3	2		2	1	1	2	2		2	2	2	4	2	
1	1	2	2	2		4	1	1	3	4		4	3	4	3	2	
1	1	2	2	2		2	1	1	2	3		3	2	1	1	2	
4	4	2	2	3		3	1	1	3	3		3	2	1	1	3	
4	4	3	1	3		3	4	4	3	3		3	2	1	1	3	
4	4	3	4	3		3	3	4	3	4		4	4	1	1	4	
4	4	4	3	4		3	3	4	3	3		3	3	1	1	3	
3	3	1	1	4		4	3	3	3	3		4	4	1	1	2	
1	1	1	1	2		2	1	1	2	2		2	2	1	1	2	
3	4	1	1	2		4	4	3	3	4		4	3	4	3	2	
3	3	1	1	2		2	3	3	2	3		3	2	2	4	2	
4	4	1	1	3		3	4	4	3	3		3	2	3	4	3	
4	4	1	1	3		3	4	4	3	3		3	2	2	4	3	
4	4	1	1	3		3	3	4	3	4		4	4	4	4	4	
4	4	4	3	4		3	3	4	3	3		3	3	3	3	3	
3	3	3	3	4		4	3	3	3	3		4	4	3	4	4	
4	4	4	4	2		4	4	4	4	4		4	2	4	4	2	
4	4	4	3	4		3	4	4	3	3		3	3	3	3	3	
1	1	2	3	2		2	1	1	2	2		2	2	2	2	2	
3	4	2	2	2		4	4	3	3	4		4	3	4	4	3	
3	3	2	2	2		2	3	3	2	3		3	2	2	3	2	
4	4	2	2	3		3	4	4	3	3		3	2	3	3	2	

Resultados del instrumento estrategia de negocio

Dimensión 1					Dimensión 2					Dimensión 3				
Liderazgo bajo costo					Diferenciación de producto					Enfoque de nicho de mercado				
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
3	4	2	1	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2
3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	4	2
1	1	2	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3
1	1	3	1	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3
1	1	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
1	1	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
1	1	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4
1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
1	1	4	3	4	3	4	4	3	3	1	3	3	1	1
1	1	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	2
3	4	2	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2
3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	4	2
4	4	2	2	3	3	4	4	3	1	3	2	3	4	3
4	4	3	1	3	3	4	4	3	3	3	2	2	1	3
4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	1	2
1	1	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	1
3	4	2	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2
3	3	2	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	4	2
4	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3
4	4	3	1	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3
4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	2	4	4	2
4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
1	1	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2
3	4	2	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3
3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2
4	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2
1	1	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	2

Anexo 5: Validez de instrumentos por Jueces Expertos

Estimado Doctor Guillermo Martín Montalvo Taboada,

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la relación que existe entre la evaluación metodológica del impacto del software SAE y la estrategia de negocio de una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016. A continuación le presento una lista de ítems, relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirá para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De ante mano le agradezco su cooperación.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo:	Varón (<input checked="" type="checkbox"/>)	Mujer (<input type="checkbox"/>)
Edad:	(36) años	
Profesión o especialidad:	Dr. en Administración del Gob.	
Años de experiencia laboral:	14 años	

Firma del Juez Experto

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem:

1. valuación metodológica del impacto del software SAE(sistema de información) : Un sistema de planificación de los recursos y de gestión de la información que, de una forma estructurada, satisface la demanda de necesidades de la gestión empresarial

Ítems relacionados con el MODULO DE VENTAS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Es amigable y fácil de acceder la opción pedidos de preventa de Bodegas?	✓			✓		✓
¿La opción cobranzas contribuye de manera fácil a la administración necesaria de tu cartera de clientes?	✓			✓		✓
¿La opción de estadística de ventas te ayuda a tomar mejores decisiones en tu área de desempeño?	✓			✓		✓
¿La aplicación de pedidos de preventa a través del celular es rápida y eficiente?	✓			✓		✓
¿Con los cambios actuales de legislación, la facturación electrónica está facilitando el trabajo de facturación?	✓			✓		✓

Ítems relacionados con el MODULO TESORERÍA	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿El cambio de opción de monedas es de forma automática y fácil de obtener los reportes en multimonedas?	✓			✓		✓
¿La opción de trasferencias bancarias es muy sencillo de usar y confiar?	✓			✓		✓
¿Los reportes de conciliaciones bancarias son precisos y no tienen errores de comparación?	✓			✓		✓
¿Los reportes de pagos de impuestos están adaptadas a las exigencias tributarias actuales?	✓			✓		✓
¿El reporte de control de pagos proveedores es claro y confiable para cumplir con sus obligaciones crediticias?	✓			✓		✓

Ítems relacionados con el MODULO DE COMPRAS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿La opción cotización de compra es fácil de acceder y obtener los enlaces de proveedores de manera correcta?	/			/		/
¿La opción orden de compra tiene la valorización multimonedada para que lo entienda el proveedor?	/			/		/
¿La opción recepción de mercancías, tiene campos necesarios que devuelven información a sus usuarios de manera sustancial?	/			/		/
¿La opción de digitalización de documentos de compra y gastos está permitiendo agilidad de transacciones entre áreas?	/			/		/
¿La opción centro de costos está bien implementado de acuerdo con los principios contables en el momento de su consolidación contable?	/			/		/

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem:

2. Estrategia de negocio:

Ítems relacionados con el LIDERAZGO DE BAJO COSTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Su estrategia de descuentos por volúmenes de ventas está permitiendo generar objetivos de ventas?	✓			✓		✓
¿Su estrategia de cartera contado/crédito le produce los volúmenes esperados?	✓			✓		✓
¿Su estrategia de Precios segmentados por zonas es eficaz y está dando resultados esperados?	✓			✓		✓
¿Su estrategia de empaques promocionales es contundente para el mercado de bajo recursos?	✓			✓		✓
¿Su estrategia de precios directos al producto, genera el impacto de volumen buscado?	✓			✓		✓

Ítems relacionados con el DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿La estrategia de formatos de gramajes diferenciados es aceptable?	✓			✓		✓
¿Su estrategia de empaques innovadores está generando efectividad de ejecución?	✓			✓		✓
¿La estrategia de variedad de alimentos y bebidas que ofrece la distribuidora, es efectiva al momento de captar más clientes?	✓			✓		✓
¿La estrategia de productos direccionados al género masculino o femenino, está bien aplicada?	✓			✓		✓
¿La estrategia de ofrecer productos con ingredientes naturales está dando el impacto buscado en el consumidor?	✓			✓		✓

Ítems relacionados con el ENFOQUE DE NICHOS DE MERCADO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Es eficaz la estrategia de productos por preferencias de consumo y gustos de las zonas altas, medias y bajas en recursos monetarios?	✓			✓		✓
¿La estrategia de Ventas, como el delivery está generando ventas, de acuerdo con los objetivos comerciales?	✓			✓		✓
¿La estrategia de ampliación de atención de zonas de acuerdo con formatos de precios está impactando de manera eficaz?	✓			✓		✓
¿La atención de zonas locales y regionales está dando buenos resultados en entregar mix de productos?	✓			✓		✓
¿La creación de sucursales está generando una buena estrategia de servicio al cliente y tener los productos más cerca del consumidor?	✓			✓		✓

Estimada Magister Wendy Janina Ruiz Coral,

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirla como JUEZA EXPERTA para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la relación que existe entre la evaluación metodológica del impacto del software SAE y la estrategia de negocio de una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016. A continuación le presento una lista de ítems, relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirá para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De ante mano le agradezco su cooperación.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo:	Varón () Mujer (X)
Edad:	(30) años
Profesión o especialidad:	Mg. en Gestión Pública
Años de experiencia laboral:	8 años



Firma del Juez Experto

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem:

1. valuación metodológica del impacto del software SAE(sistema de información) : Un sistema de planificación de los recursos y de gestión de la información que, de una forma estructurada, satisface la demanda de necesidades de la gestión empresarial

Ítems relacionados con el MODULO DE VENTAS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Es amigable y fácil de acceder la opción pedidos de preventa de Bodegas?	X			X		X
¿La opción cobranzas contribuye de manera fácil a la administración necesaria de tu cartera de clientes?	X			X		X
¿La opción de estadística de ventas te ayuda a tomar mejores decisiones en tu área de desempeño?	X			X		X
¿La aplicación de pedidos de preventa a través del celular es rápida y eficiente?	X			X		X
¿Con los cambios actuales de legislación, la facturación electrónica está facilitando el trabajo de facturación?	X			X		X

Ítems relacionados con el MODULO TESORERÍA	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿El cambio de opción de monedas es de forma automática y fácil de obtener los reportes en multimonedas?	X			X		X
¿La opción de transferencias bancarias es muy sencillo de usar y confiar?	X			X		X
¿Los reportes de conciliaciones bancarias son precisos y no tienen errores de comparación?	X			X		X
¿Los reportes de pagos de impuestos están adaptadas a las exigencias tributarias actuales?	X			X		X
¿El reporte de control de pagos proveedores es claro y confiable para cumplir con sus obligaciones crediticias?	X			X		X

Ítems relacionados con el MODULO DE COMPRAS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿La opción cotización de compra es fácil de acceder y obtener los enlaces de proveedores de manera correcta?	X			X		X
¿La opción orden de compra tiene la valorización multimonedada para que lo entienda el proveedor?	X			X		X
¿La opción recepción de mercancías, tiene campos necesarios que devuelven información a sus usuarios de manera sustancial?	X			X		X
¿La opción de digitalización de documentos de compra y gastos está permitiendo agilidad de transacciones entre áreas?	X			X		X
¿La opción centro de costos está bien implementado de acuerdo con los principios contables en el momento de su consolidación contable?	X			X		X

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem:

2. Estrategia de negocio:

Ítems relacionados con el LIDERAZGO DE BAJO COSTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Su estrategia de descuentos por volúmenes de ventas está permitiendo generar objetivos de ventas?	X			X		X
¿Su estrategia de cartera contado/crédito le produce los volúmenes esperados?	X			X		X
¿Su estrategia de Precios segmentados por zonas es eficaz y está dando resultados esperados?	X			X		X
¿Su estrategia de empaques promocionales es contundente para el mercado de bajo recursos?	X			X		X
¿Su estrategia de precios directos al producto, genera el impacto de volumen buscado?	X			X		X

Ítems relacionados con el DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿La estrategia de formatos de gramajes diferenciados es aceptable?	X			X		X
¿Su estrategia de empaques innovadores está generando efectividad de ejecución?	X			X		X
¿La estrategia de variedad de alimentos y bebidas que ofrece la distribuidora, es efectiva al momento de captar más clientes?	X			X		X
¿La estrategia de productos direccionados al género masculino o femenino, está bien aplicada?	X			X		X
¿La estrategia de ofrecer productos con ingredientes naturales está dando el impacto buscado en el consumidor?	X			X		X

Ítems relacionados con el ENFOQUE DE NICHOS DE MERCADO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Es eficaz la estrategia de productos por preferencias de consumo y gustos de las zonas altas, medias y bajas en recursos monetarios?	X			X		X
¿La estrategia de Ventas, como el delivery está generando ventas, de acuerdo con los objetivos comerciales?	X			X		X
¿La estrategia de ampliación de atención de zonas de acuerdo con formatos de precios está impactando de manera eficaz?	X			X		X
¿La atención de zonas locales y regionales está dando buenos resultados en entregar mix de productos?	X			X		X
¿La creación de sucursales está generando una buena estrategia de servicio al cliente y tener los productos más cerca del consumidor?	X			X		X

Estimado Magister Juan II Aldemar Chamorro Grandez,

Siendo conocedor de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido del cuestionario que pretendo utilizar para determinar la relación que existe entre la evaluación metodológica del impacto del software SAE y la estrategia de negocio de una empresa distribuidora de consumo masivo del distrito de Huacho-2016. A continuación le presento una lista de ítems, relacionadas a cada concepto teórico. Lo que se le solicita es marcar con una X el grado de pertenencia de cada ítem con su respectivo concepto, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional. No se le pide que responda las preguntas de cada área, sino que indique si cada pregunta es apropiada o congruente con el concepto o variable que se pretende medir.

Los resultados de esta evaluación, servirá para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario. De ante mano le agradezco su cooperación.

INFORMACIÓN SOBRE EL ESPECIALISTA

Sexo:	Varón (X) Mujer ()
Edad:	(37) años
Profesión o especialidad:	HG. EN GESTIÓN PÚBLICA
Años de experiencia laboral:	12 AÑOS



Firma del Juez Experto

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem:

1. valoración metodológica del impacto del software SAE(sistema de información) : Un sistema de planificación de los recursos y de gestión de la información que, de una forma estructurada, satisface la demanda de necesidades de la gestión empresarial

Ítems relacionados con el MODULO DE VENTAS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Es amigable y fácil de acceder la opción pedidos de preventa de Bodegas?	✓			✗		✗
¿La opción cobranzas contribuye de manera fácil a la administración necesaria de tu cartera de clientes?	✓			✗		✗
¿La opción de estadística de ventas te ayuda a tomar mejores decisiones en tu área de desempeño?	✓			✗		✗
¿La aplicación de pedidos de preventa a través del celular es rápida y eficiente?	✓			✗		✗
¿Con los cambios actuales de legislación, la facturación electrónica está facilitando el trabajo de facturación?	✓			✗		✗

Ítems relacionados con el MODULO TESORERÍA	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiéscente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿El cambio de opción de monedas es de forma automática y fácil de obtener los reportes en multimonedas?	/			X		X
¿La opción de trasferencias bancarias es muy sencillo de usar y confiar?	/			X		X
¿Los reportes de conciliaciones bancarias son precisos y no tienen errores de comparación?	/			X		X
¿Los reportes de pagos de impuestos están adaptadas a las exigencias tributarias actuales?	/			X		X
¿El reporte de control de pagos proveedores es claro y confiable para cumplir con sus obligaciones crediticias?	/			X		X

Ítems relacionados con el MODULO DE COMPRAS	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿La opción cotización de compra es fácil de acceder y obtener los enlaces de proveedores de manera correcta?	✓			✗		✗
¿La opción orden de compra tiene la valorización multimonedada para que lo entienda el proveedor?	✓			✗		✗
¿La opción recepción de mercancías, tiene campos necesarios que devuelven información a sus usuarios de manera sustancial?	✓			✗		✗
¿La opción de digitalización de documentos de compra y gastos está permitiendo agilidad de transacciones entre áreas?	✓			✗		✗
¿La opción centro de costos está bien implementado de acuerdo con los principios contables en el momento de su consolidación contable?	✓			✗		✗

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Definición de conceptos y pertinencia de cada ítem:

2. Estrategia de negocio:

Ítems relacionados con el LIDERAZGO DE BAJO COSTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Su estrategia de descuentos por volúmenes de ventas está permitiendo generar objetivos de ventas?	✓			X		X
¿Su estrategia de cartera contado/crédito le produce los volúmenes esperados?	✓			X		X
¿Su estrategia de Precios segmentados por zonas es eficaz y está dando resultados esperados?	✓			X		X
¿Su estrategia de empaques promocionales es contundente para el mercado de bajo recursos?	✓			X		X
¿Su estrategia de precios directos al producto, genera el impacto de volumen buscado?	✓			X		X

Ítems relacionados con el DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiéscente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿La estrategia de formatos de gramajes diferenciados es aceptable?	✓			✗		✗
¿Su estrategia de empaques innovadores está generando efectividad de ejecución?	✓			✗		✗
¿La estrategia de variedad de alimentos y bebidas que ofrece la distribuidora, es efectiva al momento de captar más clientes?	✓			✗		✗
¿La estrategia de productos direccionados al género masculino o femenino, está bien aplicada?	✓			✗		✗
¿La estrategia de ofrecer productos con ingredientes naturales está dando el impacto buscado en el consumidor?	✓			✗		✗

Ítems relacionados con el ENFOQUE DE NICHOS DE MERCADO	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesito mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO
¿Es eficaz la estrategia de productos por preferencias de consumo y gustos de las zonas altas, medias y bajas en recursos monetarios?	/			X		X
¿La estrategia de Ventas, como el delivery está generando ventas, de acuerdo con los objetivos comerciales?	/			X		X
¿La estrategia de ampliación de atención de zonas de acuerdo con formatos de precios está impactando de manera eficaz?	/			X		X
¿La atención de zonas locales y regionales está dando buenos resultados en entregar mix de productos?	/			X		X
¿La creación de sucursales está generando una buena estrategia de servicio al cliente y tener los productos más cerca del consumidor?	/			X		X

Anexo 6: Constancia emitida por la institución donde se realizó la investigación

“AÑO DE LA CONSOLIDACION DEL MAR DE GRAU”

Lima , 23 de Noviembre de 2016.

Señor

Gerente General,

Alicia Elizabeth Soto Gave

Globe Bussines Crea EIRL

Solicitud: Acuerdo de desarrollo tesis y confidencialidad .

Presente. -

De mi consideración:

Es muy grato dirigirme a usted para presentar mi Tesis titulada:

“EVALUACIÓN METODOLÓGICA DEL IMPACTO DEL SOFTWARE SAE EN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO DEL DISTRITO DE HUACHO – 2016”

Presentando un acuerdo ,motivo específico de mi actuar ante su empresa es aplicar y demostrar que las TICS, son necesarias para la consecución y éxitos en estos cambios del siglo XXI;

Por lo tanto, me comprometo bajo mi responsabilidad a desarrollar y asesorar la aplicación de mi tesis en su empresa, y mantener la confidencialidad de la misma.

Es propicia la ocasión para reiterarle mi estima y consideración personal y conforme a lo aceptado firmamos el siguiente acuerdo.

(Firma)

Nilton Vilela Aponte
DNI:10445723

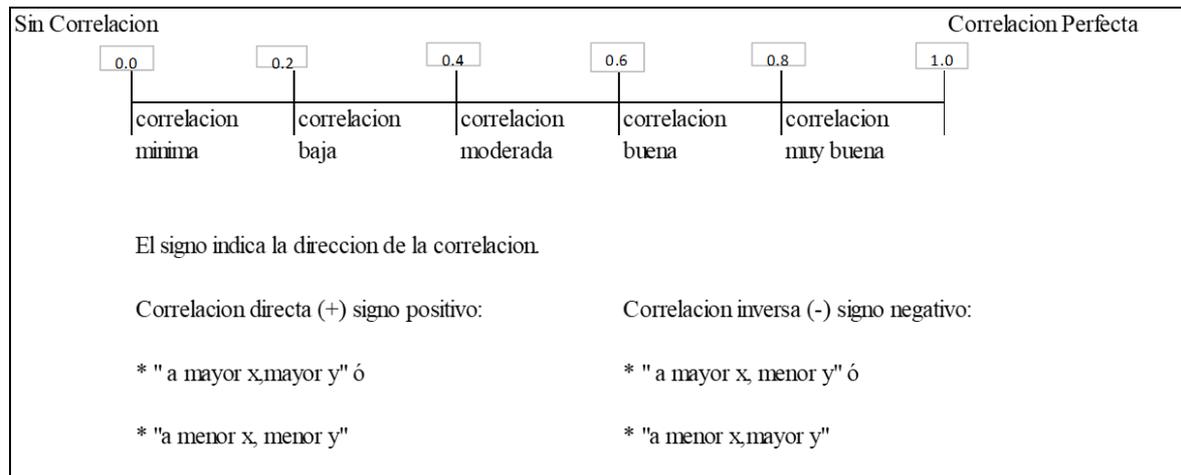
(Firma de Gerente)

Alicia Elizabeth Soto Gave
GERENTE GENERAL
Globe Bussines Crea E.I.R.L

Anexo 7: Coeficiente Rho Spearman

<p><u>Rho Spearman Oscila entre -1 y +1:</u></p> <p>Perfecta: 1 Excelente: $0.9 < 1$ Buena: $0.8 < 0.9$ Regular: $0.5 < 0.8$ Mala: < 0.5</p>	<p><u>Rango o relación:</u></p> <p>0 -- 0.25 : Escasa o nula 0.26 -- 0.50 : Débil 0.51 -- 0.75 : Entre moderada y fuerte 0.76 -- 1.00 : Entre fuerte y perfecta.</p>
--	---

El valor numérico indica la magnitud de la correlación:



Anexo 8: Pagina Web Software ERP SAE



INICIO

EMPRESA

PRODUCTOS

CLIENTES

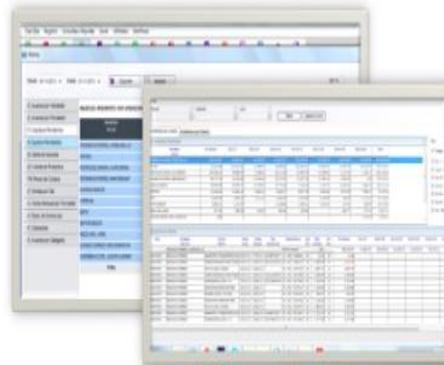
CONTACTO



SAEMOVIL

Sistema Informático orientado a optimizar los procesos de negocios, buscando incrementar la productividad del trabajo, el ahorro de tiempo y un mejor control a nivel gerencial.

[Mayor información](#)



ERPSAE

Software gerencial que ayudará a mejorar los procesos de Producción, Abastecimiento, Almacenes y Ventas de su empresa explotando todo su potencial.

[Mayor información](#)