



Autónoma
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**“LA GESTIÓN ESTRATÉGICA Y EL MEJORAMIENTO CONTINUO EN
EL ÁREA DE COMPRAS EN LA DIRECCIÓN DE SALUD II LIMA SUR
EN EL AÑO 2016”**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

ELIZABETH MERY OCHOA CARHUAMACA

ASESOR

ING. SEGUNDO ZOILO VASQUEZ RUIZ

LIMA, PERÚ, MAYO DE 2018

DEDICATORIA

A Dios por brindarme salud y permitirme llegar hasta aquí; a mi hijo que siempre fue mi motor y mi motivo para seguir adelante y sé que desde el cielo me guía en todo.

A mi esposo que es mi soporte y mi compañía en todo momento.

A mis padres y a mi hermana por los consejos, el apoyo moral.

AGRADECIMIENTO

A Dios por hacerme disfrutar de la vida con salud, por cumplir mis metas alcanzadas, por los sueños logrados, me permite vivir tranquila y feliz.

A mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto en mi vida.

A mi esposo Roy Martin Angulo Reyes por su apoyo incondicional y siempre me motiva para seguir desarrollándome profesionalmente.

A mis todos mis profesores de la Universidad Autónoma del Perú, por todos los conocimientos brindados día a día en cada clase que me guiaron.

Al personal de la Dirección de Salud II Lima Sur que me apoyaron con la información solicitada para desarrollar las encuestas.

RESUMEN

La tesis titulada “La gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016”, es de diseño correlacional, fundamentándose en la relación entre las variables de gestión estratégica y mejoramiento continuo”.

Considerando que la población es de 380 personas que laboran en la entidad y teniendo como muestra 46 personas, mediante la técnica de muestreo probabilístico. A través del uso de programas estadísticos como SPSS, se logró obtener un resultado de 0.783 por medio de la prueba de alfa de Cronbach donde se mide el grado de fiabilidad en la correlación de las variables, y con el instrumento utilizado para medir la mejora continua.

La muestra indicó que existe relación significativa entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Palabras clave: Gestión Estratégica, Área de Compras, Mejora continua.

ABSTRACT

The thesis of “strategic management and continuous improvement in the procurement area in the Direction of Health Lima Sur II in the year 2016”, is correlational, it is based on the relationship between the variables of strategic management and continuous improvement”.

Considering that the population is 380 people who work in the entity and having 46 people as sample, using the probabilistic sampling technique. Through the use of statistical programs such as SPSS, it was possible to obtain a result of 0.783 by means of the Cronbach alpha test where the degree of reliability in the correlation of the variables is measured, and with the instrument used to measure the continuous improvement.

The sample indicated that there is a significant relationship between strategic management and continuous improvement in the area of purchases in the Health Department II Lima Sur in 2016.

Key words: Strategic management, Purchasing, continuous Improvement.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1	Realidad problemática.....	2
1.2	Justificación e importancia de la investigación.....	6
1.3	Objetivos de la investigación.....	7
1.4	Limitaciones de la investigación.....	8

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes de estudios.....	10
2.2	Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado.....	20
2.2.1	Bases teóricas de la gestión estratégica.....	20
2.2.2	Bases teóricas de la mejora continua.....	30
2.3	Marco conceptual.....	37

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1	Tipo de estudio y diseño de investigación.....	40
3.2	Población y muestra.....	41
3.3	Hipótesis.....	42
3.4	Variables-Operacionalización.....	43
3.5	Métodos y técnicas de investigación.....	44
3.6	Descripción de los instrumentos utilizados.....	44
3.7	Análisis estadístico e interpretación de los datos.....	45

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1	Análisis de la fiabilidad.....	47
-----	--------------------------------	----

4.2	Descriptivas Generales.....	48
4.3	Prueba de normalidad.....	56
4.3.1.	Procedimientos correlacionales.....	57

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Discusiones.....	
5.2	Conclusiones.....	65
5.3	Recomendaciones.....	67

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de las variables.....	43
Tabla 2	Confiabilidad.....	47
Tabla 3	Frecuencia respecto a visión del departamento de compras.....	48
Tabla 4	Frecuencia respecto a los análisis externos realizados al departamento de compras.....	49
Tabla 5	Frecuencia respecto a la organización del departamento de compras....	50
Tabla 6	Frecuencia respecto a la mejora del plan estratégico.....	51
Tabla 7	<i>Frecuencia respecto al trabajo en equipo en el área de compras.....</i>	52
Tabla 8	Frecuencia respecto al compromiso de las personas que laboran en el área de compras.....	53
Tabla 9	Frecuencia respecto a la importancia del control en el área de compras.	54
Tabla 10	Frecuencia respecto al cumplimiento de las fechas de entrega de productos.	55
Tabla 11	Prueba de Normalidad.....	56
Tabla 12	Correlaciones entre la gestión estratégica y mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II.....	57
Tabla 13	Correlaciones de los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II.....	58
Tabla 14	El análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II.....	59
Tabla 15	Correlaciones de la identificación y formulación de estrategias y mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II.....	60
Tabla 16	Correlación entre la elaboración y ejecución de plan estratégico con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II.....	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Secuencia de lineamientos estratégicos.....	22
Figura 2	Evaluación del planeamiento estratégico en la organización.....	28
Figura 3	Frecuencia respecto a visión del departamento de compras.....	48
Figura 4	Frecuencia respecto a los análisis externos realizados al departamento de compras.....	49
Figura 5	Frecuencia respecto a la organización del departamento de compras...	50
Figura 6	Frecuencia respecto a la mejora del plan estratégico.....	51
Figura 7	Frecuencia respecto al trabajo en equipo en el área de compras.....	52
Figura 8	Frecuencia respecto al compromiso de las personas que laboran en el área de compras.....	53
Figura 9	Frecuencia respecto a la importancia del control en el área de compras.....	54
Figura 10	Frecuencia respecto al cumplimiento de las fechas de entrega de productos.....	55

INTRODUCCIÓN

El tema planteado en el presente trabajo de investigación se titula “La gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016”. La situación problemática del estudio está centrada en el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur.

El problema general fue ¿Cómo la gestión estratégica se relaciona con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?

El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Los resultados de la investigación confirman la hipótesis alterna que ha sido planteada en el trabajo: “Existe relación significativa entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016”.

El desarrollo integral de la investigación consta de cinco capítulos, los cuales se describen a continuación:

En el capítulo I, está conformado por el planteamiento del problema que comprende; situación problemática, formulación del problema, objetivos, justificación y las limitaciones.

En el capítulo II, comprende al marco teórico el cual abarca antecedentes, el desarrollo de la temática correspondiente al tema y la definición conceptual de la terminología.

En el capítulo III, se describe el método que corresponde al análisis de la hipótesis del trabajo.

En el capítulo IV, se muestra los resultados y las discusiones.

En el capítulo V, se da a conocer las conclusiones y recomendaciones.

Y, por último, las referencias bibliográficas empleadas que contemplan la investigación y que han facilitado el desarrollo de mi tesis, como también la recolección de datos y los anexos.

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad uno de los principales problemas que poseen muchas empresas es la carencia de alguna herramienta que pueda permitirles alcanzar con sus objetivos planteados, ya que le hace falta una estrategia a nivel general o porque no saben cómo supervisar y medir si se está cumpliendo con lo previsto.

En la Dirección de Salud II Lima Sur, el cual es un órgano desconcentrado del Ministerio de Salud que tiene como unidad ejecutora N° 0138 que cuenta con presupuesto público, la Dirección de Salud II LIMA SUR, es una entidad que tiene como principales finalidades de dar servicio social a la población; siguiendo un estándar de normas establecidas para cada actividad a realizar.

Las adquisiciones públicas son el proceso mediante el cual el Estado convierte el presupuesto en bienes, servicios y obras para la comunidad; así mismo con esta finalidad la Dirección de Salud II Lima Sur cuenta con diferentes direcciones u oficinas que tienen un Plan Operativo Anual con sus actividades y tareas con sus respectivas metas.

Los planes operativos son evaluados trimestralmente y para el cumplimiento de estas actividades y tareas las Direcciones u oficinas realizan sus requerimientos de bienes y servicios a la Oficina Ejecutiva de la Administración, esta oficina deriva todos los requerimientos a la Oficina de logística y ella da la aceptación o negación de las adquisiciones y lo deriva al área de Programación, esta área realiza el estudio de mercado, y luego de una evaluación de los 3 proveedores como mínimo, así como indica el SEACE, realiza la adquisición del bien o servicio.

Por lo tanto, no es una simple actividad administrativa, sino una de las funciones más importantes para el buen desarrollo y el apoyo para el cumplimiento del Plan Operativo Institucional del MINSA así logramos el desarrollo del país y un buen gobierno.

En la actualidad, actividades gubernamentales como son las contrataciones públicas, compras del gobierno que involucran las adquisiciones por parte del Estado o compras públicas fueron creadas únicamente para satisfacer necesidades colectivas a cargo del mismo Estado, así como para su propio funcionamiento de este. Este concepto se entiende actualmente como una herramienta que permite integrar a los sectores más vulnerables de la sociedad dentro del procedimiento económico y de esta manera, generar no sólo egresos al Estado, sino gran parte del dinamismo de la economía nacional, con consecuencias en la generación de empleo, la canalización de las inversiones y el desarrollo productivo.

Las compras del sector público comprenden tres tipos de funciones principales: función pública, función administrativa y función económica.

Todas ellas deben desembocar hacia un solo fin, satisfacer todas las necesidades sociales por medio del uso, eficiente y transparente de los recursos del Estado.

Todos aquellos desarrollos basados en la tecnología de información y tecnología comunicación han permitido la implementación de la subasta electrónica en el área de contrataciones públicas. Muchos gobiernos consideraron a la subasta electrónica como una herramienta de mecanismo para el ahorro de costos administrativos vinculados a procesos como: de contratación de bienes o servicios; y en primer lugar, como una alternativa para que todo tipo de entidades del sector público adquieran a precios reducidos todos aquellos productos y servicios que comúnmente se cede en el mercado.

En los últimos años el empleo y marco normativo de la subasta electrónica se han desarrollado considerablemente por muchos de los gobiernos de los países en América Latina y la Comunidad Europea. Similar caso se da en las contrataciones públicas de los Estados Unidos, donde un considerable número de entidades del gobierno federal han realizado compras en línea. Sin embargo, la particularidad del sistema de

Estados Unidos es que este tipo de contratación no está acompañada por un régimen normativo o norma en especial, a diferencia de lo que ocurre aquí en el Perú y los países de la Comunidad Europea. A pesar de la resaltada diferencia, el uso de la subasta electrónica en los países ya antes mencionados presenta los mismos riesgos e inconvenientes, lo que genera que se cuestione la capacidad de esta técnica de contratación en cuanto a satisfacer los principios fundamentales que guían las adquisiciones públicas en la mayoría de sistemas avanzados como: eficiencia (valor por el dinero), el trato justo e igualitario, la competencia e imparcialidad.

Esta situación pone en duda el concepto de algunos aspectos del actual régimen del país sobre la subasta inversa electrónica, como: el nivel de control o intervencionismo del marco regulatorio, el procedimiento operativo de la subasta y la administración del sistema operativo o software de la subasta.

Asimismo unos de los grandes problemas que existe actualmente si bien es cierto que es de gran ayuda el sistema del SEACE para buscar productos donde te indican que proveedor registrado tiene el bien que buscas sin embargo los proveedores muestran algo en el sistema, pero en realidad en su stock no es así; entonces los proveedores buscan otros proveedores para poder cumplir con lo pedido por la entidad y esto no garantiza que todos los bienes vengan en un buen estado.

La política de contrataciones del Estado en el Perú se encuentra en función de lo que establece la Ley de Contrataciones del Estado, quedando su reglamentación establecida por el Ministerio de Economía y Finanzas, en coordinación con el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE). Es por esta razón que, la Dirección de Asuntos de Economía Internacional y Productividad, tiene entre sus principales funciones:

La formulación y posteriormente la propuesta sobre la política, medidas y regulaciones sobre contrataciones del Estado, que promulguen la eficiencia en la asignación de los recursos de manera consistente con las

leyes y los acuerdos internacionales relacionados a las contrataciones públicas.

Por lo antes mencionado la investigación será en base a investigar si la Dirección de Salud II Lima Sur cuenta con una buena Gestión Estratégica para realizar las Compras.

El análisis realizado permite formular los siguientes problemas de investigación

Problema General.

¿Cómo la gestión estratégica se relaciona con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?

Problemas Específicos.

¿Cómo los lineamientos estratégicos se relacionan con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?

¿Cómo el análisis estratégico se relaciona con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?

¿Cómo la identificación y formulación de estrategias se relaciona con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?

¿Cómo la elaboración y ejecución de plan estratégico se relaciona con el mejoramiento continuo en el área de compras en Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?

1.2. Justificación e importancia de la investigación

Justificación teórica

La investigación pretende proponer una propuesta teórica basada en la teoría de Alzate (2017):

“Los procesos de compra dentro de una organización se consideran un proceso operativo muy relevante que permite suministrar de los recursos necesarios a la compañía y que además el responsable de dicha área está en la obligación de responder a todas las necesidades de tanto sus clientes internos como externos a la brevedad posible.” (p. 50)

La presente tesis propone e intenta incrementar el conocimiento acerca de la relación que se presenta entre las variables de la gestión estratégica con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Justificación practica

A raíz de los resultados se propone las alternativas de solución como: analizar estratégicamente interna y externamente el área para desarrollar el adecuado plan que llevará a la mejora continua, desarrollar los lineamientos estratégicos que se necesitan en el área de compras y establecer la misión, visión, objetivos del área para direccionar todo a la mejora continua, identificar y formular las estrategias del área de compras, se propone elaborar y ejecutar el plan estratégico de manera correcta para conseguir el mejoramiento continuo.

Justificación metodológica

La investigación pone al alcance de la unidad científica un instrumento de recolección de datos que permite medir las variables de gestión estratégica y mejoramiento continuo, dando sentido a criterios de validez y confiabilidad

1.3. Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar la relación entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Objetivo Especifico

Determinar la relación entre los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Determinar la relación entre el análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Determinar la relación entre la identificación y formulación de estrategias y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Determinar la relación entre la elaboración y ejecución de plan estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

1.4. Limitaciones de la investigación

Limitaciones bibliográficas

La bibliografía para la presente investigación es escasa, lo que generó que no se encuentren muchos trabajos que analicen simultáneamente la gestión estratégica y el área comercial de alguna empresa o entidad, en las investigaciones encontradas son tratadas cada variable aisladamente.

Limitación teórica

La ausencia moderada de trabajos de antecedentes relacionados al tema de investigación en facultades de pre grado y post grado de las principales universidades del país

Limitación institucional

El ingreso restringido a los centros de estudios especializados, por lo que se da un acceso limitado a las tesis de sus egresados.

Limitación temporal

El reducido tiempo para llevar a cabo las investigaciones ya que la dirección de salud cuenta actualmente con un horario de atención diferente al que se disponía, pero gracias a la paciencia y perseverancia se pudo lograr con éxito la investigación.

Limitación económica

El limitado financiamiento económico para la adquisición de los materiales necesarios para la investigación.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios.

Para dar base epistemológica a la presente investigación y con relación a previos estudios acerca de la relación entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo se analizaron las siguientes investigaciones.

Antecedentes Internacionales.

Arevalo y Gast (2014) en su tesis titulada “Diseño de una propuesta de mejoramiento de los procesos del área de mercadeo de una franquicia de tarjetas”. Desarrollado en la Pontificia Universidad Javeriana, Bogota, Colombia. Para optar el título de Ingeniero Industrial. La presente investigación tiene como objetivo diseñar una propuesta de mejoramiento de los procesos del área de mercadeo de la Franquicia, buscando aumentar la rentabilidad del negocio.

Los autores llegaron a las siguientes conclusiones, para la investigación el desarrollo de acciones estratégicas logró un crecimiento sostenido en cada línea de producción mejorando su rentabilidad y aumentando su participación en el mercado, además la reestructuración organizacional que se implementó optimizó los procesos ya que permitió la reducción de los tiempos muertos. Repartiendo las cargas de trabajo originando la creación de nuevos cargos de trabajo para los que realizan funciones operativas en la empresa. Logrando cumplir con la estrategia que afirma que al lograr cumplir con el mejoramiento de los productos se logra adquirir una preferencia propia de la marca.

Gajardo (2014) en su tesis titulada “Propuesta de un modelo estratégico de control de gestión aplicado a Deloitte” desarrollado en la Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile. Para optar el grado de magister en control de gestión. El objetivo planteado de la investigación fue proponer un modelo estratégico de control de gestión aplicado a Deloitte. Para la elaboración de la investigación permitiendo que se pueda proponer como resultado una propuesta a cerca de un control estratégico de gestión para los negocios, la implementación de un sistema de control de gestión estratégico se basó en la correcta propuesta de una misión, visión y valores junto con los atributos de la empresa, los cuales permitieron establecerlos ejes necesarios y estratégicos, lo que conlleva a la formulación de la estrategia. La cual se debe desplegar por medio de un control de medición hacia todas áreas involucradas en la empresa.

El autor llego a la conclusion: los resultados demostraron que el sistema propuesto permite que la alta dirección pueda visualizar todas aquellas áreas críticas para la ejecución de la estrategia. Los paneles o tableros de control permiten desplegar todos los objetivos estratégicos hacia las unidades organizacionales y los esquemas de incentivos inducen a un desempeño que sobresalga de los que ya son empleados y que se encuentren alineado con los objetivos estratégicos. Finalmente cabe resaltar que la principal ventaja de un control estratégico de gestion es que se emplea como una herramienta que permitira la comunicación de los ejes estrategicos a cada pate de la organización.

Romero (2011) en su tesis titulada “Modelo de gerencia estratégica como elemento de mejora de la gestión habitacional en el estado de Lara (Venezuela)” desarrollado en la Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina. Para optar el título de magister en Gestión y Desarrollo Habitacional. La problemática habitacional que se vive en Venezuela afecta a las familias de bajos recursos, principalmente en el estado de Lara donde la demanda para viviendas nuevas asciende a las 200 000 unidades acompañado de casi el 60% de carencias cualitativas. La metodología empleada obedece a un proyecto factible, basado en un estudio de campo descriptivo. En él se evaluó de manera integral las unidades gerenciales que conforman estas Instituciones (10 instituciones evaluadas), efectuándose para ello un diagnóstico organizacional de sus entornos (interno y externo) y del tipo de gestión habitacional prestada.

El autor llegó a las siguientes conclusiones: El proyecto propuesto constituye una propuesta derivada del diagnóstico estratégico efectuado y del análisis crítico de las teorías presentadas en el marco teórico, adecuado a la realidad factual en las organizaciones objeto de estudios, bajo la coordinación de expertos en el área. Las conclusiones apuntan que la gestión habitacional que prestan las Instituciones de Viviendas en el estado Lara, es un proceso que en buena parte depende de aspectos endógenos y exógenos al ámbito de éstas, que requiere necesariamente de nuevos modos de pensar, gestionar y producir el hábitat y vivienda, frente al enfoque tradicional (las acciones solo se limitan a construir viviendas nuevas) actual, para superar las desigualdades espaciales y sociales existente.

Guerrero y Vélez (2013) en su tesis titulada “Propuesta de un modelo de gestión estratégica e indicadores para la mediana empresa de Guayaquil, caso OMACONSA S.A.” desarrollado en la Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil, Ecuador. Para optar el título de magíster en administración de empresas.

Los autores llegaron a las siguientes conclusiones: Los resultados permitieron visualizar y constatar que la administración, en mayoría de estas empresas, falta de una planificación. Además, la dinámica de la empresa mediana en Guayaquil presenta poca participación en la declaración estratégica y un plan de acción lo que les genera una desventaja en cuanto a la pérdida de aprendizaje y de la gestión sobre el conocimiento. También, se observa que los trabajadores en todo los niveles manifiestan un elevado nivel apresuramiento en cuanto al cumplimiento de sus responsabilidades, con frecuencia esto genera que se exija un sobre esfuerzo al personal. Por otro lado se concluyó que los ejecutivos responsables de las empresas entrevistadas conocían sobre los efectos de implementar una planificación estratégica, ya que solo estaban limitados a las herramientas básicas de cada empresa como son la misión, visión y el diagrama FODA.

Tobar (2007) en su tesis titulada “Elaboración de un plan estratégico para la empresa Rhenania S.A. ubicada en la ciudad de Quito” desarrollado en la Escuela Politécnica Nacional, Quito, Ecuador. Para optar el título profesional de ingeniero empresarial. El estudio estuvo centrado tanto en el análisis de los componentes organizacionales como en los componentes de comercialización, financiero, de las áreas de recursos humanos, de producción y tecnológico los cuales sirvieron como pauta para la creación de una matriz para la evaluación de factores internos para posteriormente pase a su segunda etapa comprendida como el direccionamiento estratégico en donde se definió de qué manera la empresa se regirá para la ejecución de sus objetivos y estrategias.

El autor llego a las siguientes conclusiones: Para cumplir con todos los objetivos de la empresa estos se deben materializar por medios planes previamente establecidos que sean estratégicos y que solucionen los problemas o para mejorar la correcta gestión de los negocios y que permitan direccionar a la empresa a una posición beneficiosa frente al resto.

Antecedentes Nacionales.

Espinoza (2013) en su tesis titulada “Planeamiento estratégico como instrumento de gestión para el desarrollo de las empresas de seguridad y vigilancia privada de Lima Metropolitana” desarrollada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Para optar el grado de magister en Administración en Gestión Empresarial. El objetivo de la presente investigación fue determinar la manera en la que el Plan Estratégico permite el alineamiento de la organización contribuyendo a mejorar la gestión y desarrollo de dichas empresas, teniendo como indicadores dos factores: satisfacción del cliente y la rentabilidad. El fin de la investigación es conocer el estado de aplicación del Plan Estratégico y brindar recomendaciones para su mejora. Para el estudio se emplearon herramientas estadísticas y de recolección de datos por fuentes primarias y secundarias, además se utilizó el Modelo de excelencia en la gestión peruana del Centro de Desarrollo Industrial de la

El autor llego a las siguientes conclusiones: la Sociedad Nacional de Industrias, para determinar criterios de evaluación, basándose en una puntuación de 85.El resultado de las encuestas aplicadas dio como resultado que solo el 3% quedaron completamente satisfecho, un porcentaje de 66% quedaron satisfechos y el 31% insatisfecho, lo que quedo comprobado con el análisis estadístico. En donde se demostró que la aplicación del Plan estratégico influyo de positivamente para la satisfacción de cada uno de sus clientes en las unidades de investigación,

lo cual puede ser aplicado en diferentes empresas del sector de Seguridad y Vigilancia Privada.

Álvarez y De la Jara (2012) en su tesis titulada “Análisis y mejora de procesos en una empresa embotelladora de bebidas rehidratantes” desarrollado en la Pontificia Universidad Católica Del Perú, Lima, Perú. Para optar el título profesional. Llego a las siguientes conclusiones:

En el presente trabajo se describe el análisis, diagnóstico, y propuesta de mejoras en los procesos de una empresa fabricante de bebidas rehidratantes, la cual tiene un alto porcentaje de posicionamiento en su rubro a nivel nacional.

En la mejora de procesos se tuvo como objetivo optimizar los procesos en términos de aumento de producción, reducción de costos, incremento de la calidad y de la satisfacción del cliente.

En el análisis de los problemas más relevantes del proceso de producción, se diagnosticó que existe un tiempo excesivo por paradas de planta, y además un alto porcentaje de mermas de las botellas, tapas, y etiquetas.

Salazar (2012) en su tesis titulada “Planificación estratégica para empresas generadoras de proyectos inmobiliarios: caso empresa constructora SSK montajes e instalaciones SAC” desarrollado en la Universidad Nacional de Ingeniería, Lima, Perú. Para optar el grado de magister en gestión tecnológica empresarial, existen diversos tipos de planificación estratégica como, por ejemplo: la planificación estratégica a nivel empresarial, planificación estratégica a nivel administrativa y la planificación estratégica a nivel operativa, de las cuales el autor baso el análisis en la planificación estratégica de nivel empresarial, pero sin dejar de considerar los elementos propios de la planificación estratégica de nivel administrativa y de nivel operativa.

El autor llego a las siguientes conclusiones: La alta oferta de viviendas se ha dirigido hacia personas con mayores ingresos dejando casi inexistente la oferta para los sectores de bajos recursos por lo que la empresa SSK buscara impulsar sus esfuerzos para dichos sectores, por otro lado, para que de alguna manera se pueda contrarrestar el déficit habitacional se calcula que deben desarrollarse alrededor de 140000 unidades inmobiliarias con el fin de nivelar la demanda e ir a la par con el crecimiento demográfico del país.

Barandiarán, Calderón, Chávez y Coello (2012) en su tesis titulada “Plan Estratégico del Sector Automotriz en el Perú – Vehículos Ligeros y Comerciales” desarrollada en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Para optar el grado de magister en administración estratégica de empresas. Por medio de una investigación de tipo no experimental en donde describió el sector automotriz del país y de qué manera un Planeamiento Estratégico influye en este.

Los autores llegaron a las siguientes conclusiones: Como resultado los elementos estratégicos más resaltantes del sector automotriz fueron los siguientes: en primer lugar, una promulgación a nivel internacional para la obtención de capital extranjero, en segundo lugar, la implementación de una norma a cerca de eficiencia y productividad, en tercer lugar, el

desarrollo económico de escala, y por último el desarrollo de planes sobre incentivos económicos y tributarios para brindar muchas facilidades de inversión. Además, resalta que la implementación estratégica debe presentarse como una etapa base para que se lleven a cabo todas las estrategias sean en objetivos, planes se cumplan de acuerdo con lo que se ha planeado, con la ayuda de los objetivos a corto plazo y el empleo de los recursos que se deban utilizar (los cuales pueden ser tangibles o intangibles o hasta humanos).

Antecedentes Locales.

Según Gonzales (2015) en su tesis titulada “Propuesta de un modelo de Gestión Estratégica del Pedido en una asociación mediante consorcio de Mypes del sector metalmecánico de Villa El Salvador para la mejora de la competitividad y un crecimiento sostenido” desarrollado en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Para optar título profesional de Ingeniero Industrial. El presente trabajo es el resultado de la investigación del sector de Mypes metalmecánicas de Villa El Salvador con el fin ahondar en el conocimiento del desarrollo genérico con el que vino sosteniéndose en los últimos años y por medio del cual, hacer posible el planteamiento de un modelo conceptual aplicable a su realidad para contribuir con su desarrollo dentro del país, llevo a cabo una investigación no experimental.

El autor llego a las siguientes conclusiones: los factores que tienen las Mypes del distrito de Villa El Salvador para desarrollar y generar una asociación más competitiva son: una cultura empresarial para llevar a cabo los valores de cooperación, confianza, compromiso, el trabajo en equipo y el enfoque para los objetivos alineados a una visión más emprendedora. De esta forma la asociación de los factores mencionados se enfocará a un autodesarrollo en común, que debe ser creado como un proceso de mejora en el que las partes que se encuentren involucradas puedan obtener beneficios valiéndose de las muchas herramientas disponibles que su propio entorno les ofrezca. Además, las MYPES requieren de la ayuda del

estado para hacer más accesible su desarrollo y mejorar el crecimiento de su economía. Sin embargo, por medio de las encuestas realizadas se pudo determinar que las MYPES en Villa El Salvador requieren de herramientas modernizadas como maquinas automatizadas, a las cuales no tienen acceso debido a la falta de apoyo de préstamos con tasas de intereses razonables lo que genera su retraso en crecimiento.

Reyes (2015) en su tesis titulada “Implementación del ciclo de mejora continua Deming para incrementar la productividad de la empresa calzados león en el año 2015” desarrollado en la Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Para optar título profesional de Ingeniero Industrial. La presente tesis buscó implementar el ciclo de mejora continua Deming en el proceso productivo para incrementar la productividad de la empresa Calzados León en la ciudad de Trujillo en el año 2015, a través de la aplicación de herramientas de la gestión de la calidad como 5 “s”.

El autor llego a las siguientes conclusiones: para la realización de la tesis se empleó conocimientos teóricos en la cual concluyo que la principal causa de los problemas de Calzados León se determinó en su deceso en sus niveles de productividad, los cuales fueron el bajo rendimiento de parte de los empleados al momento de ejecutar los procesos además de la mala organización dentro del área de trabajo y los cuales se ven reflejados en: la deficiente motivación, la ausencia de trabajo en equipo, la formación ineficiente de los trabajadores generado por la falta de capacitación, la falta de control en los procesos, la mala distribución de los procesos, el desorden, la acumulación de productos en proceso, la escasez de materia prima, así como la también la baja capacidad de producción.

A su vez Rocca (2014) en su tesis titulada “Propuesta de un modelo para la gestión estratégica de pedidos de gran volumen en asociaciones de Mypes de calzado basados en la gestión por procesos” desarrollado en Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Este trabajo de investigación es la adaptación de modelos de gestión de pedidos a una red micro empresarial colaborativa horizontal, que se desarrolla en un clúster

industrial en el rubro de calzado. En modelo de gestión estratégica de pedido, además de coordinar y dar seguimiento al pedido en todo su ciclo de vida, también tiene una parte estratégica, que le sirve a la asociación como base de políticas de operación, con ayuda de un método descriptivo, en la cual concluyo que existen factores tanto internos como externos que determinan el desarrollo y la evolución de las MYPES.

El autor llego a las siguientes conclusiones: Los factores internos se relacionan con los procesos propios de las MYPES, tanto en funciones de fabricación como de gestión; mientras que los factores externos se relacionan con a las oportunidades del mercado, oportunidades del gobierno, apoyo de entidades financieras y educativas superiores. Desde este punto de vista se determinó que ambos factores son importantes, pero, también ambos no están manejados correctamente. Las MYPES no gestionan óptimamente sus procesos y los entes externos no generan oportunidades potencialmente aprovechables para este sector.

2.2. Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado

2.2.1. Bases teóricas de la Gestión Estratégica

De acuerdo con Rocca (2017):

Un modelo de Gestión Estratégica de Pedido se encuentra definido como aquella relación interna que poseen solo los procesos que brindan lineamiento estratégico y que además involucran las actividades dentro del ciclo de vida de todos los pedidos a la cadena de valor de cada empresa. Sus objetivos principales son validar el pedido junto con los procedimientos de fabricación; además de gestionar óptimamente los recursos necesarios para la fabricación. (p. 99).

Las dimensiones de la Gestión estratégica utilizadas en la presente investigación son:

- Lineamientos estratégicos
- Análisis estratégico
- Identificación y formulación de estrategias
- Elaboración y ejecución de plan estratégico

Lineamientos estratégicos

Misión

“Definido como la herramienta estratégica que define la de la razón de ser de la organización además de que constituye al primer paso para la implementación de la gestión estratégica” (Armijo, 2009, p.18).

“Por otro lado la misión es una declaración pública que involucra todos los compromisos de la cual se crea una

organización, basándose en los propósitos o la razón de ser de sus actividades” (Argandoña, 2016, p.35).

Visión

“La visión hace referencia al futuro, de cómo se proyecta posicionarse la empresa u organización. Es decir que se refiere a cómo quiere ser reconocida sobre las demás y representa los valores con los cuales se fundamentará su accionar público” (Armijo, 2009, p.50).

“La visión es la percepción clara y compartida de lo que una organización o empresa trata quiere conseguir en el medio y el largo plazo” (Argandoña, 2016, p.15).

“La visión es una proyección de lo que la organización podría y pretende conseguir en el futuro” (Bratianu & Balanescu, 2008, p.40).

Objetivos estratégicos

De acuerdo con Armijo (2009):

Se constituyen como el segundo paso, una vez establecido la Misión. Los objetivos estratégicos se refieren a los logros que la empresa espera y desea concretar en un plazo mayor de un año o al que crea conveniente, para el cumplimiento de lo que determino como misión previamente de forma eficiente y eficaz. (p. 40).

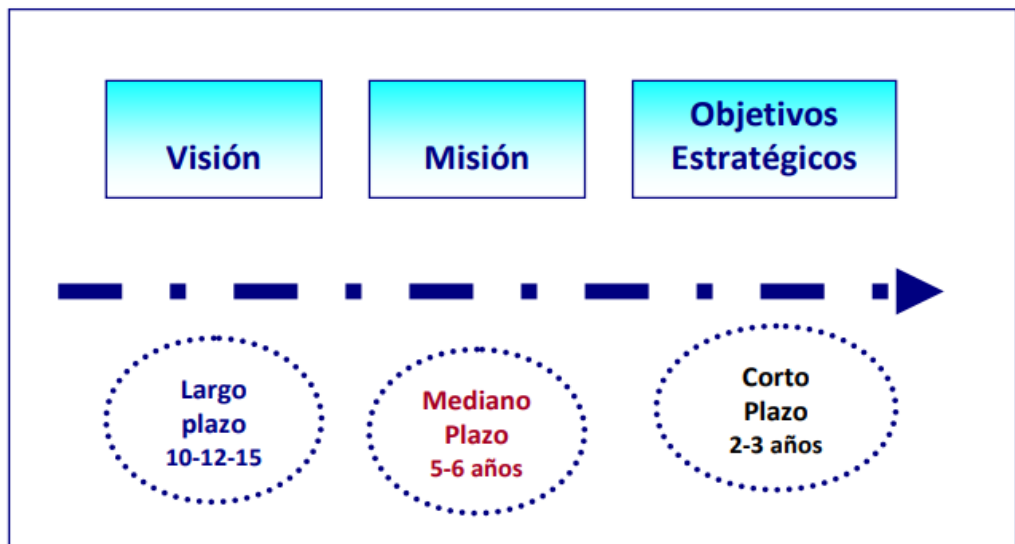


Figura 1. Secuencia de lineamientos estratégicos.

Fuente: Armijo (2009).

Por su parte Kaplan & Norton (2008) afirman que:

Tanto objetivos estratégicos como los mapas estratégicos aclaran, por medio de palabras y diagramas, los objetivos establecidos por la organización para el desarrollo de un buen desempeño, sin embargo, para lograr mejoras en la gestión de las relaciones con cada cliente, en los procesos operacionales, en innovación como en sus activos intangibles, es necesario incorporar las métricas de los indicadores, con el fin de que los objetivos estratégicos sean más significativos y ejecutables. (p.20).

Análisis estratégico.

Martínez y Milla (2012) concluyeron que:

El análisis estratégico, como el ítem inicial del proceso. En donde se involucra el trabajo a realizarse con el objetivo de formular y posteriormente implantar todas aquellas estrategias

necesarias. Por lo cual es indispensable la realización un análisis tanto externa como internamente que implicaría los siguientes procesos: Analizar objetivos organizativos: es aquí donde la visión, misión y objetivos estratégicos de una empresa se constituyen de forma jerárquica a las metas que se alinean y Analizar el entorno: es aquí donde se es necesario la supervisión y la constante exanimación en el entorno, así como analizar a los competidores. Dicha información es fundamental para determinar las oportunidades y amenazas en el entorno. (p.70).

Análisis Interno.

Según González (2017):

Las fortalezas y debilidades internas proporcionan una base para establecer objetivos y estrategias con la intención de aprovechar las fortalezas internas para superar las debilidades. Al hablar del entorno interno hablamos de las capacidades distintivas, en ese sentido, las capacidades distintivas son las fortalezas específicas de cada empresa que le permiten diferenciar sus productos y servicios de lo que ofrecen sus rivales; logrando costos bajos o una calidad excelente en sus productos. (p. 17).

Por otro lado, Aparicio (2013) asegura que:

Dicho análisis permite identificar tanto fortalezas como debilidades que permitan determinar el éxito como el fracaso de una empresa en un sector. Además, analizar las fortalezas y relaciones entre las actividades comprendidas en la cadena de valor puede constituir un medio de descubrir fuentes

potenciales de ventaja competitiva para la empresa.
(p.35).

Análisis Externo.

González (2017) indica que:

Para la formulación de estrategias se debe comenzar con un análisis sobre todas las fuerzas que integran el mercado al cual pertenece la empresa. En general lo que tratar de hacer es detectar las oportunidades y amenazas a las que debe enfrentar cada empresa y hacer uso de este estudio para formular estrategias que lo conlleven a obtener una ventaja competitiva sobre la competencia. Las oportunidades se originan cuando la empresa aprovecha las condiciones de su mismo entorno y así implementar estrategias que le permitan ser más sustentable. (p. 22).

Identificación y formulación de estrategias.

Según Tobar (2007):

La manera correcta de plantear una estrategia implica la ejecución de un plan de acción destinado hacia el logro de objetivos a través de los ajustes más apropiados para la organización con su ambiente. Las estrategias son el medio por el cual se logra cumplir los objetivos (a largo plazo) de una empresa, la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento.(p.40).

“La formulación estratégica para una empresa se desarrolla en varios niveles: estrategias corporativas, estrategias competitivas y estrategias corporativas” (Rosas, 2016, p.36).

De acuerdo con Martínez & Milla, (2012):

Las estrategias corporativas están dedicada a situaciones que conciernen a la cartera de negocios de la empresa, las Estrategias competitiva: busca que las empresas se esfuercen por formular bases que permitan lograr una ventaja competitiva, sea basado solo en un reducido segmento de mercado o en un sector de actividad en concreto. (p.53).

Saniz (2015) sostiene que:

Las estrategias operativas se consideran dentro de la empresa un conjunto de funciones en áreas como: marketing, producción, recursos humanos, investigación y desarrollo, etc. y la manera de comprenderla es analizando el desarrollo de cada función en relación con las que se ejecutan por la competencia. (p.60)

Análisis Organizacional

“El análisis organizacional trata sobre una constante autoevaluación, que sirve como ayuda para la medición de la capacidad de respuesta de la empresa frente a las circunstancias cambiantes de su entorno” (Franco y Torrenegra, 2009, p.24).

“La interacción entre la empresa y es entorno se relaciona con el desarrollo de su productividad y su relación responsable, respetuosa y comprometida con el cliente o usuario de la organización, de tal manera que signifique un enriquecimiento para las partes” (Tejada, 2010, p.50).

Análisis de oportunidades

“El análisis de oportunidades en el mercado se ha convertido en la herramienta fundamental de las empresas al momento de

tomar decisiones y a la hora de analizar nuevos proyectos” (Rodríguez, 2011, p.63).

“Se encuentran definidas como situaciones positivas generadas por el entorno y que más adelante se convertirán en situaciones favorables para la empresa y posteriormente sean aprovechadas en función de sus fortalezas” (Hernández, Ramírez & Tobías, 2013, p.64).

Estudio de brechas

Según Zamorano (2014) el Análisis de Brechas se realiza como se muestra a continuación:

En primer lugar: Se recopila la información que sirva como antecedente para la ejecución de los requisitos definidos por la Norma.

Posteriormente: La información es complementada con la consulta directa al encargado del proyecto, a través de una entrevista.

Finalmente: Se determinan las brechas que existan a partir de la información recopilada y la entrevista. (p.26).

“La brecha del servicio es mínima entre lo que la empresa ofrece y lo que el cliente recibe. Significa que si la empresa no tiene lo que el cliente busca y necesita, ésta se debe encargar de encontrar lo necesario” (Pozo, 2007, p.46).

Elaboración y ejecución de plan estratégico

“La planificación estratégica se encuentra definido como la aspiración máxima, la razón de ser, la contribución que permitirá trascender, la justificación de que el sacrificio vale la pena” (Guerrero y Vélez, 2013, p.66).

A su vez González (2017) comenta que:

Fueron en primer lugar las empresas estadounidenses quienes la implantaron, pero luego de sus resultados fallidos en sus modelos de planeación en los ochenta, se decidió retirarlos. Sin embargo, años después resurgió con nuevas visiones y conceptos, este proceso de planeación actualmente tiene un diverso uso y se aplica en compañías, grandes, medianas y pequeñas empresas, cada una con una forma en particular en cuanto a su aplicación. (p. 14).

Para Armijo (2009):

La planificación estratégica se define como el proceso que requiere constante retroalimentación acerca de cómo están funcionando las estrategias dentro de la empresa. En el sector privado, las organizaciones supervisan su desempeño por medio de indicadores como las utilidades, las inversiones, las ventas, etc. Estos indicadores atribuyen información indispensable a la empresa para la toma de decisiones respecto a las estrategias, aceptándolas o rechazándolas para realizarles algún ajuste. (p. 8).

Evaluación del plan estratégico

CEPLAN (2016) menciona que:

Para la evaluación de objetivos del planeamiento estratégico, los indicadores son de impacto o resultado; y en el caso de los objetivos estratégicos, sus resultados suelen conformarse de la siguiente manera: Cada objetivo alberga a un solo indicador.

En algunos casos, si no puede ser representado por un solo indicador, se puede formular más de uno. Además, el indicador y la meta deben guardar correspondencia con el objetivo estratégico. El indicador (unidad de medida, atributo) sea el más apropiado para medir (la condición de cambio) el objetivo estratégico, esto es, que sea relevante. (p.16).



Figura 2. Evaluación del planeamiento estratégico en la organización.
Fuente: Rosas (2016).

Ejecución del plan estratégico

Rosas (2016) indica que:

La ejecución del plan estratégico se refiere a la forma más rápida para la organización, sobre llevar a cabo un Plan de Acción elaborado por los encargados de la empresa e implica simplemente

dividirlo en partes definidas con ideas estratégicas.

Los pasos del Plan son los siguientes:

- Definir Objetivos: El Plan debe contener un objetivo claro y para su ejecución que sea medible. Sin este objetivo no se puede comenzar el plan de acción.
- Especificar las estrategias: es donde se debe especificar las estrategias para lograr cumplir los objetivos. Además de elegir el método que se llevara a cabo durante el proceso de ejecución del plan.
- Plantear las tareas: se debe plantear los pasos a seguir, de cada una de las estrategias planteadas, deben ser muy específicas y detalladas, reflejando cada paso necesario.
- Elaborar Carta Gantt: cada tarea debe presentar tiempos específicos, con fechas de inicio y finalización, para lo cual es recomendable optar por el formato de un diagrama Gantt.
- Designación de responsables: por último paso debe asignarse los responsables para cada tarea, quienes se deben involucrar en la ejecución del plan de acción. (p. 70).

Mejoramiento continuo

Davins (2011) indica que:

Los proyectos sobre mejora son indispensables para el abordaje de las situaciones que afectan a procesos concretos. Es por esta razón que como primer paso se busca identificar, definir y priorizar aquellas áreas que se deseen mejorar. Una vez seleccionada, se analizan las causas de su mal funcionamiento. Posteriormente, se analizan las posibles alternativas y, una vez

implantadas, la mejora adquirida debe mantenerse. (p. 3).

“La mejora continua es la estrategia de acción y utilización de recursos productividad de un proceso. La continua mejora a causa de la capacidad y resultados de la organización, debe ser el objetivo permanente de la organización” (Sotelo y Torres, 2013, p.80).

2.2.2. Bases teóricas de la mejora continua

De acuerdo a Merino, Gaytán y Garzón (2003):

La mejora continua está referida como el más confiable de los indicadores para la mejora en la calidad del servicio, nos referimos a la medición del incremento continuo o cuantificable sobre la satisfacción y percepción del cliente, esto compromete a la empresa a mantenerse estable en los resultados de dicho incremento y de integrarlo como parte de la planificación de actividades de la organización. (p.36).

Las dimensiones de la mejora continua utilizadas en la presente investigación son:

- Trabajo en equipo
- Liderazgo participativo
- Optimización de procesos
- Productividad

Trabajo en equipo

Sum (2015) indica que:

El trabajo en el equipo se refiere al trabajo hecho por varios colaboradores hacia un mismo punto. Es una de las condiciones para trabajar psicológicamente porque influye en los trabajadores de forma positiva,

permite que se genere el compañerismo. Arroja buenos resultados, ya que genera entusiasmo y produce un nivel de motivación para la ejecución de las tareas obteniendo resultados beneficiosos. (p.26).

Nivel de comunicación

Díaz (2014) indica que:

La comunicación a nivel organizacional y el trabajo en equipo son de gran importancia dentro de la empresa, al no existir una buena relación dentro del capital humano, no se podrá desarrollar un trabajo en equipo, lo cual afecta a todos los miembros del grupo, como consecuencia genera una serie de problemas dentro de la organización. Una empresa no puede funcionar correctamente si no existe buena comunicación ya que habrá confusiones entre los empleados, afectando el desempeño de cada uno de los miembros de la institución tanto en su desarrollo individual como grupal. (p. 14).

A su vez Monroy (2010) indica que:

La comunicación dentro de la organización es una disciplina recientemente aplicada, por esta razón su desarrollo puede significar pilares de éxito en muchas compañías, principalmente en el área del desarrollo organizacional, ya que la transformación que traerá en un futuro va a ser de grandes proporciones generando múltiples cambios al interior de la empresa. (p.58).

Nivel de integración

Según Davins (2011):

El equipo para la mejora de los servicios tiene como objetivo transformar todos los resultados obtenidos en oportunidades de mejora que deben ser seleccionadas previamente. Dicho grupo está integrado por personas responsables y conocedores del proceso, quienes se muestran interesados y motivados por la mejora, comprometidos en su totalidad con la participación y con capacidad de dialogar, poseer actitudes como la tolerancia, el respeto, la perseverancia y con estabilidad hacia el trabajo.(p. 4).

Desempeño laboral

Robbins, Stephen, Coulter (2013) lo definen como:

Aquel proceso que permite determinar qué tan exitosa y provechosa es una organización (en cuanto a sus individuos o a sus procesos) en cuanto al logro de sus actividades y objetivos laborales. Para la organización es el monitoreo del desempeño laboral permite la creación de una herramienta de evaluación sobre el cumplimiento de todos los objetivos estratégicos de manera individual. (p.23).

Robbins y Judge (2013) explican que:

En las organizaciones se optan por evaluar solo la manera en que sus trabajadores realizan sus actividades y principales tareas, todas estas incluyen siempre una detallada descripción sobre todos los puestos de trabajo, por otro lado, muchas compañías en la actualidad, mucho menos

jerárquicas y con más orientación al servicio, requieren de más información. (p.19).

2.2.3. Liderazgo participativo

Nivel de motivación

“La motivación como el grado de intensidad y dedicación que una persona realiza en una actividad como base en la satisfacción” (Osorio, 2014, p.18).

“La motivación está referida a la intensidad y persistencia de un comportamiento orientado al cumplimiento de objetivos determinados” (López, 2009, p.33).

Nivel de compromiso

Para Luthans (2008):

El compromiso organizacional está referida como aquella responsabilidad del trabajador hacia su empresa, con el objetivo de desarrollar un trabajo más eficiente, además de las estrategias que la empresa debe realizar para fomentar en sus trabajadores el compromiso de manera que promueva un espacio de trabajo estimulante. (p.21).

Zamora (2009) indican que:

Katz y Khan como unos de los pioneros en definir el término, para ellos, el compromiso organizacional se presenta como la interiorización de los empleados en relación con las metas de la institución, creando una coherencia entre estos y las metas personales. (p.57).

Optimización de procesos

“Se refiere a realización de ajustes y cambios en las actividades principales o no, dentro de los procesos, para poder mejorar la eficiencia y ser efectivos” (Durand, 2015, p.42).

Según Krajewski (2008):

La optimización de procesos está relacionada con la mejora de procesos la cual es el estudio de las actividades y de todos los flujos que conforman cada proceso, con el único propósito de mejorarlo, por esta razón se recomienda primero entender y conocer a fondo el proceso a detalle con el objetivo de mejorarlo en base a las herramientas necesarias para este, todo esto con el fin de eliminar procesos innecesarios, eliminar los costos innecesarios en el servicio, reducir tiempos muertos y principalmente mejorar la satisfacción de cada cliente. (p.36).

Mejora continua

De acuerdo con IAT, 2004 & Lamas, 2008

La mejora continua está referida a aquel proceso donde se necesita de la participación e intervención de todos los trabajadores en la empresa con el objetivo de generar progresivamente que el desempeño de esta aumente el valor de lo que se ofrece al cliente. (p.48).

Nivel de rendimiento

Jiménez et al. (2007) indican que:

Al hablar de rendimiento es referirse a la productividad. Es así como para efectos del estudio

se utilizará ahora en adelante, el término rendimiento al hablar sobre la productividad de todas las materias primas involucradas en el proceso. (p.65).

Monitoreo y control

Según Gonzales (2017):

El control estratégico permite monitorear el desempeño actual de las organizaciones y de todos sus trabajadores con el fin de dirigirla al cumplimiento de sus metas y objetivos principales. Para lo cual se necesita del uso de sistemas de control estratégico los cuales son conocidos como sistemas formales de medida, retroalimentación y establecimiento de objetivos que permiten a los administradores responsables de cada área evaluar si la empresa está logrando cumplir la superioridad en la eficiencia, calidad, innovación y capacidad de respuesta al cliente, y está implementando la estrategia de manera exitosa. (p.80).

Productividad

“La productividad en cualquier proceso productivo es muy importante para poder determinar el método correcto aplicar para una buena planificación del proceso productivo” (Rodríguez, 2011, p.31).

Por otro lado, Requejo (2013) sostiene que

La productividad laboral está referida como la variable económica clave en la competitividad y como un instrumento útil de las tasas de tendencias del empleo y salarios. Estas medidas indicaran el nivel de eficiencia para la utilización del factor

trabajo, siendo aquel sector en el que se obtiene un mayor nivel de producción el más eficiente. (p. 11).

Nivel de calidad

“Se identifica a la calidad como la debida adecuación de procesos involucrados con el fin de satisfacer las necesidades del cliente. Esta aptitud para el uso se refiere tanto a las características del producto como a la ausencia de deficiencias” (Miranda et al 2007, p.78).

“La calidad está definida como una propiedad o conjunto de propiedades relacionados a algo, que permiten juzgar su valor” (Real Academia de la Lengua Española 2011, p.64).

Eficiencia

Según Rodríguez (2011):

La eficiencia realizada que se lleva a cabo en los procesos de producción determina y mide como dicho proceso se va manejando de acuerdo con los estándares determinados previamente, con el fin de verificar si cumple dichos estándares y analizar si el proceso va por buen camino y si no, se requiere de una mejora continua.(p.39).

Fuentes (2012), señala que:

La productividad es la relación con los recursos o cumplimiento de actividades de esta manera se puede afirmar que la eficiencia está vinculada en la productividad. Por otro lado, puede ser usada como indicador de medición de la productividad únicamente se la asociaría con la productividad al uso de los recursos, sólo se tomaría en cuenta la cantidad y no la calidad de lo producido, se pone un

énfasis mayor hacia adentro de la organización buscar a toda costa ser más eficiente. (p. 44).

2.3. Marco conceptual

Calidad

Según Zambrano & Rodríguez (2013):

Al hablar de calidad se busca la mejora cada vez más, ya sea por medio de la identificación y eliminación de las causas de los principales problemas y re procesos, una mejora en la calidad resulta un aumento en la productividad, ya que queda a disposición un mayor número de producto a utilizarse por la misma cantidad de mano de obra utilizada. (p.40).

Procesos

De acuerdo con Galiano & Fernández (2007):

Los procesos son el conjunto de tareas o actividades interrelacionadas que interactúan para transformar elementos de entrada en resultados beneficiando a clientes internos o externos. Estas actividades requieren de ciertos recursos como materiales o personal. Además, deben ser definibles, repetibles y medibles para que se puedan predecir y controlar. (p.72).

Tiempo de ciclo

“Definido como el tiempo total real para completar las actividades requeridas y necesarias. Sirve como parámetro clave, una respuesta rápida hacia el cliente” (Zambrano y Rodríguez, 2013, p.49).

Competitividad

“La competitividad está definida como la capacidad propia, sea de una empresa, organización o de una persona, para desarrollar y mantener ventajas comparativas que le permitan sostener una posición sobresaliente frente al resto” (Gonzales, 2015, p.57).

Administración por procesos

De acuerdo con Zambrano & Rodríguez (2013)

Se refiere a los productos y servicios que son ofrecidos a los clientes, estos son producidos mediante procesos interdisciplinarios de orden primario. La administración por procesos es el enfoque que permite planear, controlar y mejorar los principales procesos en una organización a través de la contribución de los equipos permanentes de procesos. (p.66).

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

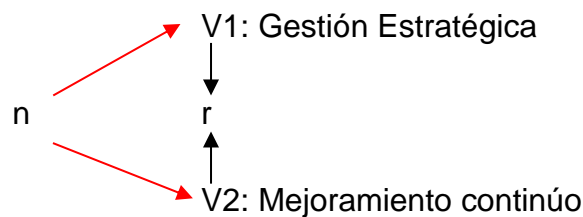
3.1. Tipo de estudio y Diseño de Investigación

Tipo de Estudio.

La presente investigación es de tipo descriptivo porque busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. De acuerdo con (Morán y Alvarado, 2010) la siguiente investigación es de corte transversal porque compilan datos en un momento exclusivo,

Diseño de Investigación.

La presente investigación es de diseño correlacional porque tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010) menciona que son investigaciones no experimentales puesto que son estudios que se hacen sin la maniobra deliberada de variables y en los que sólo se contemplan los fenómenos en su ambiente natural.



Dónde:

- n : Muestras tomadas para observaciones
V1 : Variable 1
V2 : Variable 2
r : Correlación

Población

La población de estudio es el total de personal de la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016, el cual cuenta con 380 personas que laboran en la entidad, ya que realizan sus actividades cotidianas día a día, y se relacionan con las dimensiones que se ansían a medir.

Muestra

El número para la muestra de estudio se definió en 46 personas que trabajan en las diferentes direcciones u oficinas en la Dirección De Salud II Lima Sur en el año 2016.

La muestra es de tipo probabilísticos con un muestro aleatorio por afijación proporcional de acuerdo a Hernández, Fernández & Baptista, (2010). El tamaño se halló usando la siguiente fórmula de población finita con proporciones con un error estimado de 0.05 % y un acierto del 95 %:

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + z^2 p q} \dots (1)$$

n = Tamaño de la muestra.

z = Desviación de la curva normal

p = Probabilidad de éxito (0.8)

q = 1 – p = 0.2

N = Población

e = 0.05 máximo error permitido

N= Población

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2(380)(0.8)(0.2)}{(0.05)^2(41 - 1) + (1.96)^2(0.8)(0.2)}$$

$$n = 46$$

3.2. Hipótesis

Hipótesis General

Existe relación significativa entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Hipótesis Específicas

Existe relación significativa entre los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Existe relación significativa entre el análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Existe relación significativa entre la identificación y formulación de estrategias y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Existe relación significativa entre la elaboración y ejecución de plan estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

3.3. Variables – Operacionalización.

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores
Variable Independiente: Gestión Estratégica	La gestión estratégica es una condición necesaria para que permita mejorar la competitividad de la empresa, su dimensionamiento debe estar enfocado a la calidad. (Ureña, 1998)	Lineamientos estratégicos	Misión Visión Objetivos estratégicos
		Análisis estratégico	Análisis Interno Análisis Externo
		Identificación y formulación de estrategias	Análisis Organizacional de oportunidades Estudio de brechas
		Elaboración y ejecución de plan estratégico	Evaluación del plan estratégico Ejecución del plan estratégico
Variable Dependiente. Mejoramiento continuo	La mejora continua es una estrategia de acción y utilización de recursos productividad de un proceso. (Sotelo y Torres, 2013)	Trabajo en equipo	Nivel de comunicación Nivel de integración Desempeño laboral
		Liderazgo participativo	Nivel de motivación Nivel de compromiso
		Optimización de procesos	Mejora continua Nivel de rendimiento Monitoreo y control
		Productividad	Nivel de calidad Eficiencia

Elaboración propia.

3.4. Métodos y técnicas de investigación.

Métodos de análisis de datos

Usando la base de datos recopilada se aplicó el programa estadístico SSPS 21.0 y Excel 2013 donde se procedió a realizar el análisis estadístico. Los pasos a seguir serán los siguientes:

- Se procedió a detallar los datos de cada variable a estudiar calculando la varianza, el error estándar, el promedio, la desviación.
- Luego se halló el resultado promedio de las dimensiones según los indicadores mencionados en cada ítem.
- Para la correlación entre dos variables se utilizó la correlación r de Spearman, para decretar si existe influencia significativa de las dimensiones con las variables.
- Por último, se interpretó lo obtenido según la sigma calculado y dichas hipótesis se complementó con las cuestiones que no trabajaban con la escala Likert.

3.5. Descripción de los instrumentos utilizados

Instrumentos

El instrumento de la recolección de datos que se utilizó es la observación activa o directa a través de una encuesta, en la cual se ha participado en el curso investigativo desde donde inician los hechos, ósea recoger la percepción del encuestado.

El instrumento fue construido con el fin de medir las dimensiones que se relacionan en la investigación. El instrumento utilizado en el trabajo de investigación fue el cuestionario que se realizó de manera escrita, a través de un formulario con 37 ítems con escala de Likert, con interrogaciones planteadas de acuerdo con las variables definidas para esta investigación; las preguntas son del tipo cerrada, estas son contestadas por el cuestionado y nos brinda poder tener una amplia extensión del tema de investigación y que posteriormente serán validadas.

La escala está definida de la siguiente manera:

- (1) Totalmente en desacuerdo.
- (2) En Desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

3.6. Análisis estadístico e interpretación de los datos

El análisis de datos se extiende en función a gráficas y tablas que son el resultado del procesamiento de datos y estos son analizados y contrastados con otras investigaciones.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS
RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1. Análisis de la Fiabilidad

Se pudo probar la confiabilidad de la recolección de datos mediante una prueba con un número muestral de 5 profesionales expertos en el tema que pasaron a evaluar 37 ítems que poseían una escala de 1-5. Esta prueba arrojó como resultado un alfa de Cronbach igual a 0,783 lo cual supone una buena confiabilidad del instrumento.

Tabla 2

Confiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,783	,799	37

Elaboración propia

4.2. Descriptivas Generales

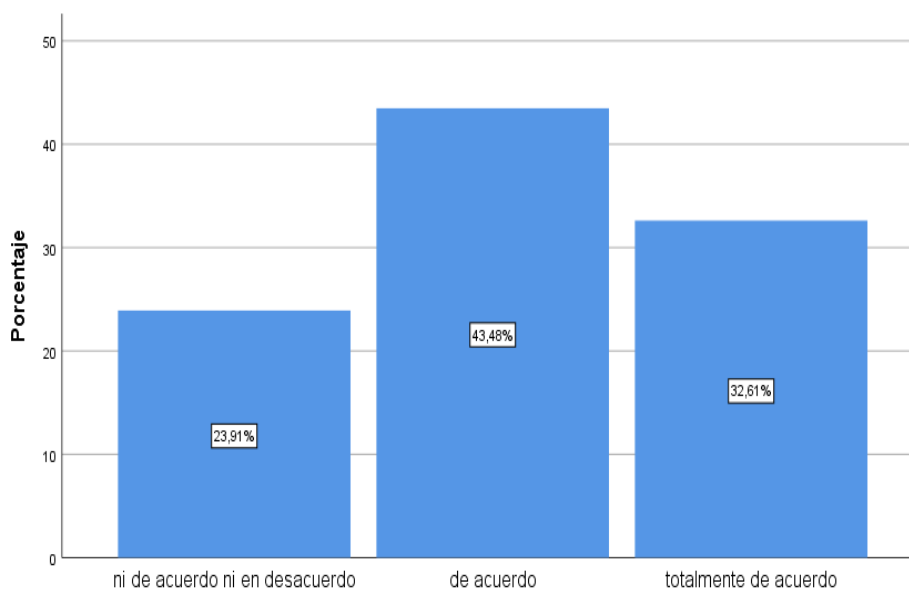
En la tabla 3 y figura 3 se analizó si las personas del área de compras están de acuerdo con la visión de su departamento, como resultado se obtuvo que el 76.1% está de acuerdo y totalmente de acuerdo, así como el 23.9% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 3

Frecuencia respecto a visión del departamento de compras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	23,9	23,9	23,9
	de acuerdo	20	43,5	43,5	67,4
	totalmente de acuerdo	15	32,6	32,6	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Elaboración propia



*Figura 3.*Frecuencia respecto a visión del departamento de compras
Elaboración propia.

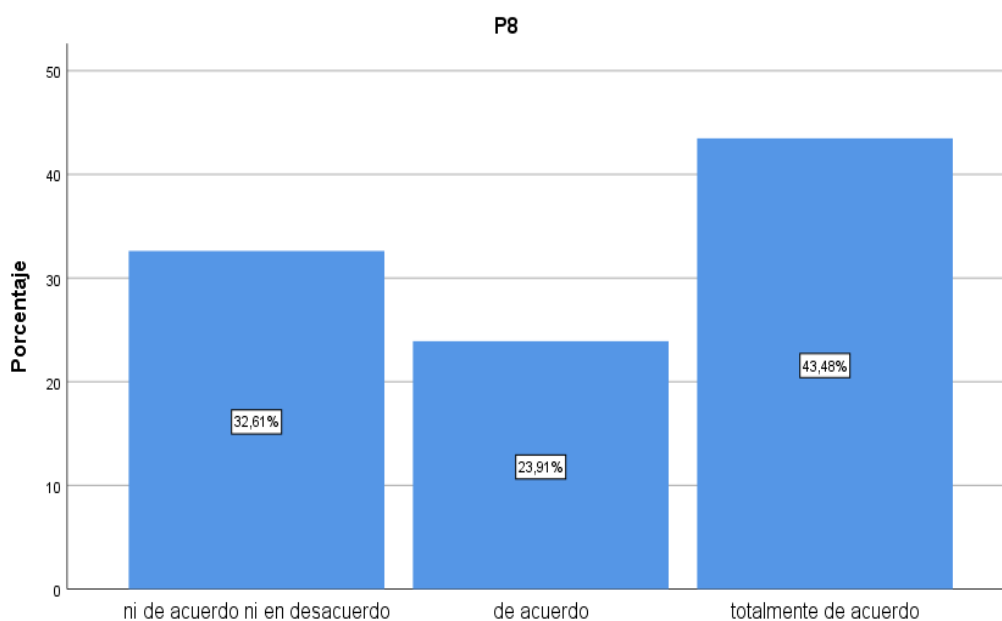
En la tabla 4 y figura 4 se preguntó si se realizan análisis externos en el departamento de compras, los resultados obtenidos fueron que el 68.4% sostienen que si se realizan análisis externos.

Tabla 4

Frecuencia respecto a los análisis externos realizados al departamento de compras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	32,6	32,6	32,6
	de acuerdo	11	23,9	23,9	56,5
	totalmente de acuerdo	20	43,5	43,5	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Elaboración propia



*Figura 4.*Frecuencia respecto a los análisis externos realizados al departamento de compras

Elaboración propia.

En la tabla 5 y figura5, se preguntó al personal del área de compras si considera que el departamento está bien organizado, el resultado obtenido fue que el 73.9% considera que si está bien organizado.

Tabla 5

Frecuencia respecto a la organización del departamento de compras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	26,1	26,1	26,1
	de acuerdo	12	26,1	26,1	52,2
	totalmente de acuerdo	22	47,8	47,8	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Elaboración propia

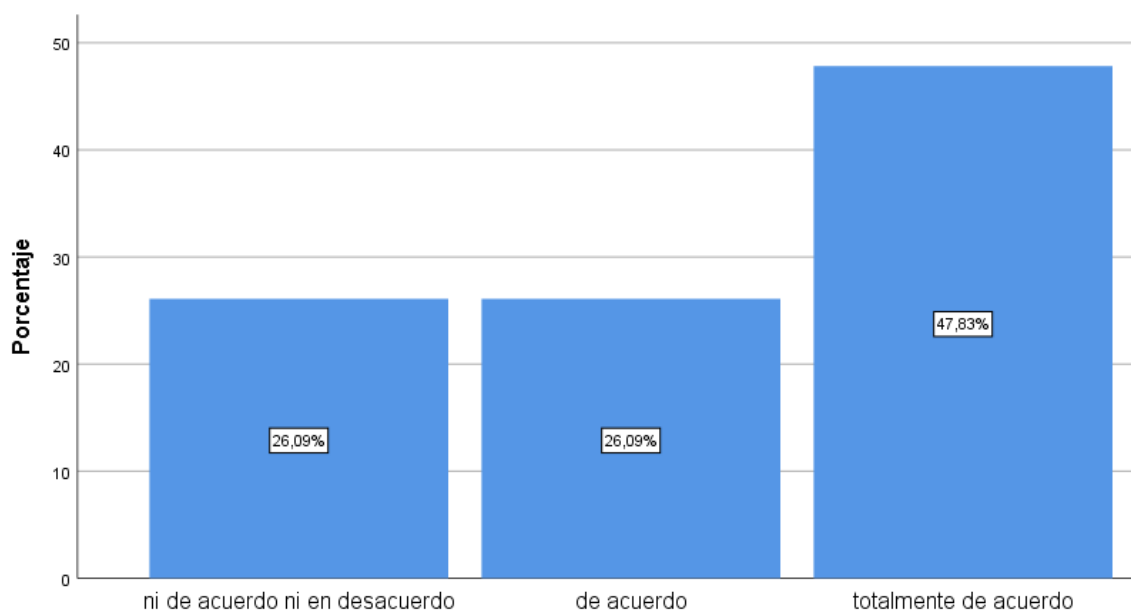


Figura 5. Frecuencia respecto a la organización del departamento de compras

Elaboración propia.

En la tabla 6 y figura 6, se analizó si las personas que laboran en el área de compras consideran que el plan estratégico del mismo debería ser mejorado. Como resultado se obtuvo que el 71.8% está de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Tabla 6

Frecuencia respecto a la mejora del plan estratégico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	28,3	28,3	28,3
	de acuerdo	16	34,8	34,8	63,0
	totalmente de acuerdo	17	37,0	37,0	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Elaboración propia

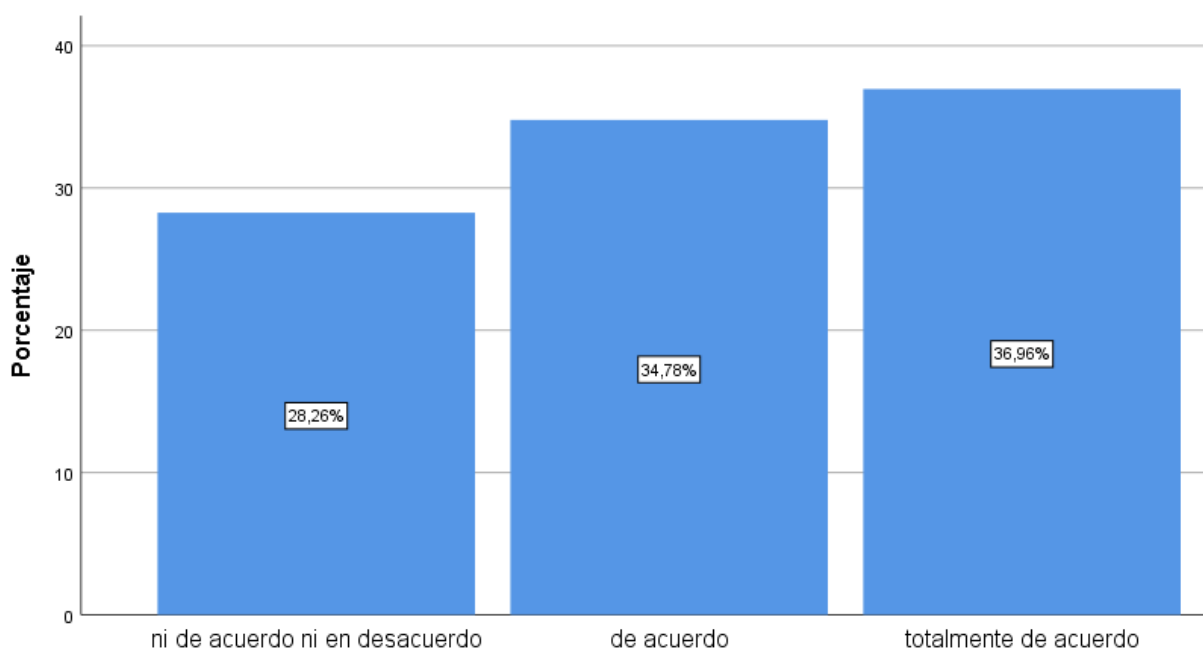


Figura 6. Frecuencia respecto a la mejora del plan estratégico

Elaboración propia

En la tabla 7 y figura 7, se analizó si el trabajo en equipo es importante para el personal del área de compras, el resultado obtenido fue un 69.6% está de acuerdo y totalmente de acuerdo en que el trabajo en equipo es importante y el 30.4% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 7

Frecuencia respecto al trabajo en equipo en el área de compras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	30,4	30,4	30,4
	de acuerdo	12	26,1	26,1	56,5
	totalmente de acuerdo	20	43,5	43,5	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Elaboración propia

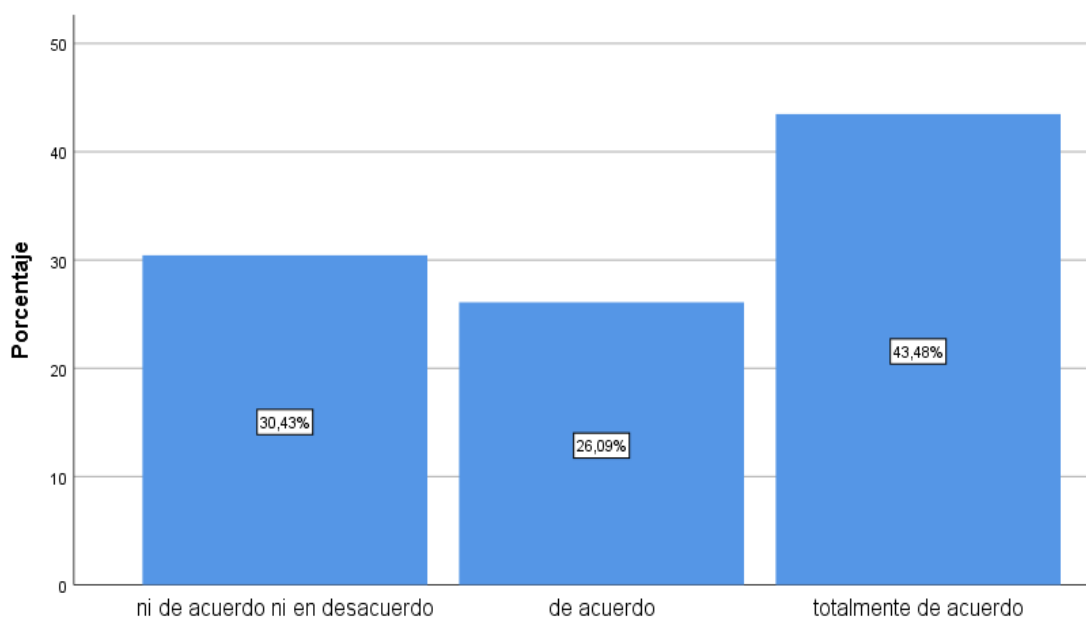


Figura 7. Frecuencia respecto al trabajo en equipo en el área de compras

Elaboración propia

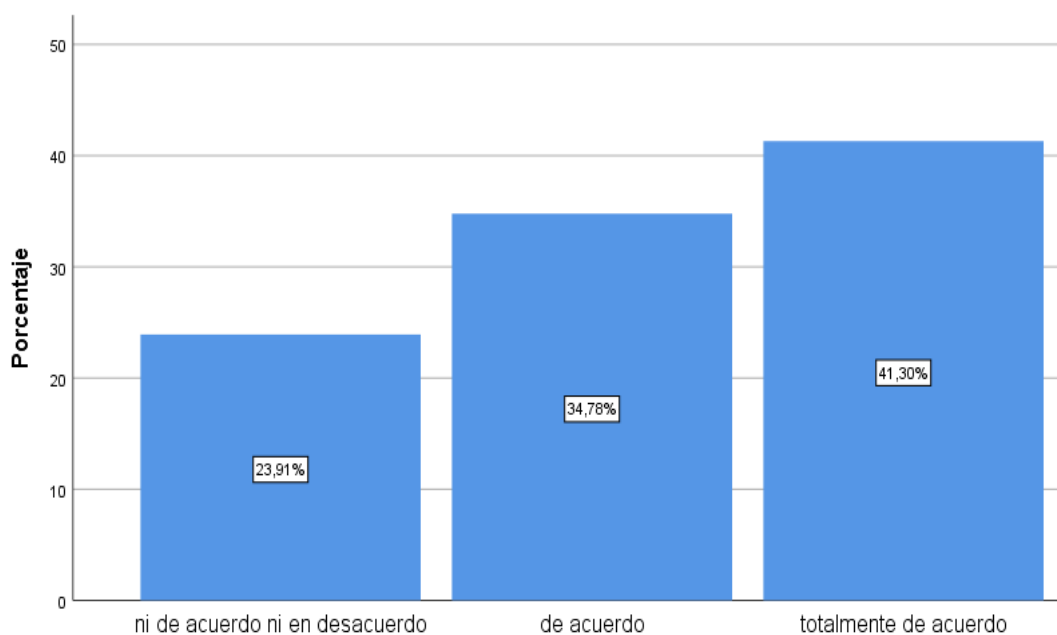
Se analizó si las personas que laboran en el área de compras están comprometidas con la mejora de esta, el 76.1% está de acuerdo y totalmente de acuerdo con su compromiso para con el área y el 23.9% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 8

Frecuencia respecto al compromiso de las personas que laboran en el área de compras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	23,9	23,9	23,9
	de acuerdo	16	34,8	34,8	58,7
	totalmente de acuerdo	19	41,3	41,3	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Elaboración propia



*Figura 8.*Frecuencia respecto al compromiso de las personas que laboran en el área de compras

Elaboración propia

En la tabla 9 y figura 9 se analizó si las personas encuestadas consideran que el control es importante en su departamento, 71.8% está de acuerdo y totalmente de acuerdo, el 28.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 9

Frecuencia respecto a la importancia del control en el área de compras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	28,3	28,3	28,3
	de acuerdo	16	34,8	34,8	63,0
	totalmente de acuerdo	17	37,0	37,0	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Elaboracion propia

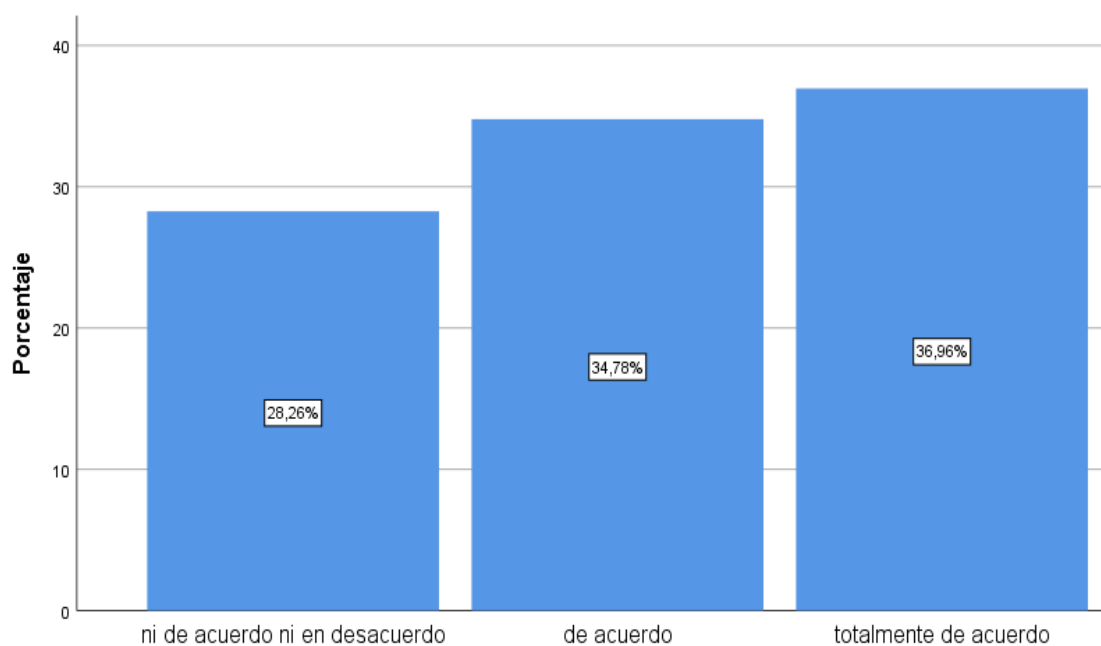


Figura 9.Frecuencia respecto a la importancia del control en el área de compras

Elaboración propia

En la tabla 10 y figura 10, se analizó si las personas que laboran en el área de compras consideran que no se cumple con las fechas de entrega de productos, como resultado se obtuvo que el 39.1% está totalmente de acuerdo, el 26.1% está de acuerdo y el 34.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 10

Frecuencia respecto al cumplimiento de las fechas de entrega de productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	34,8	34,8	34,8
	de acuerdo	12	26,1	26,1	60,9
	totalmente de acuerdo	18	39,1	39,1	100,0
	Total	46	100,0	100,0	

Elaboración propia

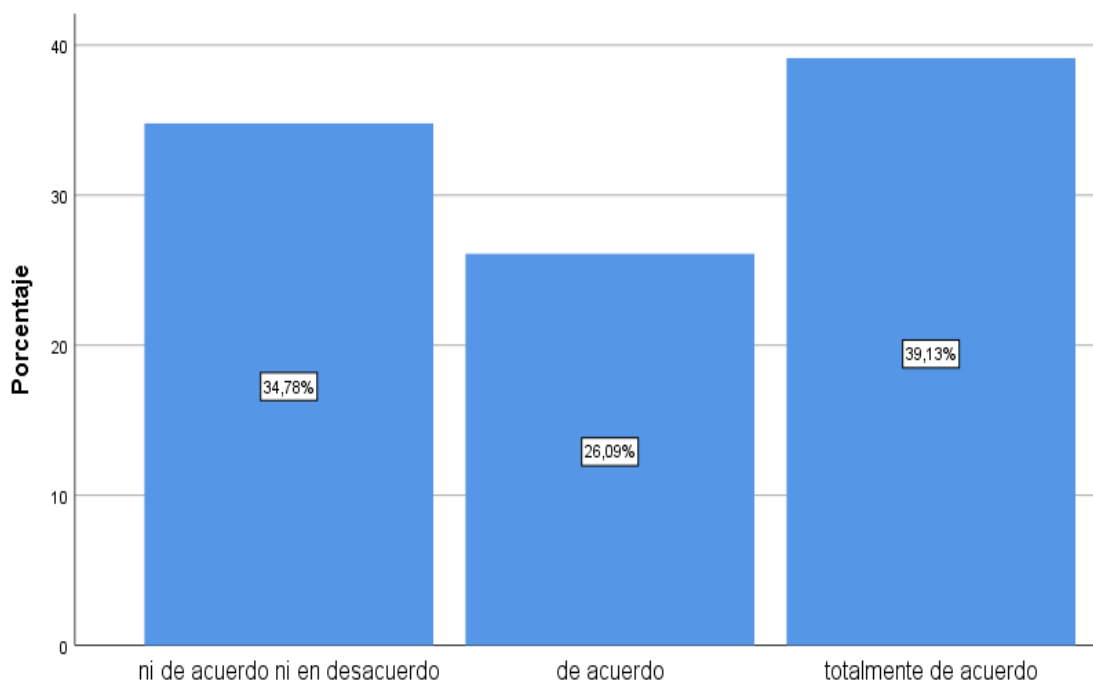


Figura 10. Frecuencia respecto al cumplimiento de las fechas de entrega de productos

Elaboración propia

4.3. Prueba de normalidad

H₀: La distribución de la variable gestión estratégica no difiere de la distribución normal

H_a: La distribución de la variable gestión estratégica difiere de la distribución normal.

Tabla 11

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov - Smirnov ^a			Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión estratégica	,290	46	,001	,795	46	,0010

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia.

Interpretación: En la presente tabla, al aplicar la prueba de normalidad Kolmogorov - Smirnov^a, el p valor es igual a 0.01, lo cual es menor al 0.05 según la teoría estadística la prueba de contrastación de la hipótesis debe ser una prueba no paramétrico, utilizando el estadístico Rho Spearman.

4.3.1. Procedimiento Correlacional entre Ambas Variables y su Grafica de la Correlación

La contrastación de hipótesis se expresó con los siguientes supuestos previamente planteados:

Ho: No existe relación significativa entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Ha: Existe relación significativa entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Tabla 12

Correlaciones entre la gestión estratégica y mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II.

		gestión estratégica	mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,724**
	gestión estratégica		
	Sig. (bilateral)	.	,002
	N	46	46
	mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II		
	Coeficiente de correlación	,724**	1,000
	Sig. (bilateral)	,002	.
	N	46	46

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

Elaboración propia.

Interpretación: Según lo obtenido para comprobar la hipótesis general resultado que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.724, una significancia de 0.002 que es menor al parámetro teórico que es 0.05 lo que nos posibilita afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: Existe relación significativa entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

4.3.1.1. Procedimiento Correlacional entre la primera dimensión y la segunda variable

Ho: No existe relación significativa entre los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Ha: Existe relación significativa entre los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Tabla 133

Correlaciones de los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II

			lineamientos estratégicos	Mejoramiento continuo
Rho de Spearman	lineamientos estratégicos	Coeficiente de correlación	1,000	,581*
		Sig. (bilateral)	.	,023
		N	46	46
	Mejoramiento continuo	Coeficiente de correlación	,581*	1,000
		Sig. (bilateral)	,023	.
		N	46	46

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral)
Elaboración propia.

Interpretación: Según los productos obtenidos para comprobar la hipótesis específica 1 se ha adquirido que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.581, una significancia de 0.023 que es menor al parámetro teórico que es 0.05 lo que nos posibilita afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: Existe relación significativa entre los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

4.3.1.2. Procedimiento Correlacional entre la segunda dimensión y la segunda variable.

Ho: No existe relación significativa entre el análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Ha: Existe relación significativa entre el análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Tabla 144

El análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur

			El análisis estratégico	mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II
Rho de Spearman	El análisis estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,739**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	46	46
	mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II	Coefficiente de correlación	,739**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	46	46

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

Interpretación: Según los resultados obtenido para comprobar la hipótesis específica 2 se ha adquirido que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.739, una significancia de 0.002 que es menor al parámetro teórico que es 0.05 lo que nos posibilita afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: Existe relación significativa entre el análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

4.3.1.3. Procedimiento Correlacional entre la tercera dimensión y la segunda variable.

Ho: No existe relación significativa entre la identificación y formulación de estrategias y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Ha: Existe relación significativa entre la identificación y formulación de estrategias y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Tabla 15

Correlaciones de la identificación y formulación de estrategias y mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II.

			La identificación y formulación de estrategias	Mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II
Rho de Spearman	La identificación y formulación de estrategias	Coefficiente de correlación	1,000	,724**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	46	46
	mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II	Coefficiente de correlación	,724**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	46	46

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

Elaboración propia.

Interpretación: Según los resultados obtenidos para comprobar la hipótesis específica 3 se ha obtenido que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.724, una significancia de 0.002 que es menor al parámetro teórico que es 0.05 lo que nos posibilita afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: Existe relación significativa entre la identificación y formulación de estrategias y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

4.3.1.4. Procedimiento Correlacional entre la cuarta dimensión y la segunda variable.

Ho: No existe relación significativa entre la elaboración y ejecución de plan estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Ha: Existe relación significativa entre la elaboración y ejecución de plan estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Tabla 16

Correlación entre la elaboración y ejecución de plan estratégico con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II

			elaboración y ejecución de plan estratégico	mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II
Rho de Spearman	elaboración y ejecución de plan estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,726**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	46	46
	mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II	Coefficiente de correlación	,726**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	46	46

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

Interpretación: Según los productos obtenidos para comprobar la hipótesis específica 4 se ha adquirido que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.726, una significancia de 0.004 que es menor al parámetro teórico que es 0.05 lo que nos permitió afirmar que la hipótesis alterna se cumple entonces: Existe relación significativa entre la elaboración y ejecución de plan estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

4.4. Discusiones

Los resultados que se han obtenido en la presente investigación con respecto al objetivo en la tesis de Guerrero y Vélez (2013) donde sostienen que en las medianas empresas la principal desventaja es la pérdida en la mala gestión del conocimiento lo que conlleva a que la empresa no pueda tener conocimiento de si las decisiones tomadas fueron estratégicas, así como desconoce la visión, misión y no puede darle valor al trabajo que más aporta al crecimiento de ella. De acuerdo con esto en la presente investigación los resultados adquiridos han sido favorables ya que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.724, una significancia de 0.02 que es menor al parámetro teórico que es 0.05 lo que nos posibilita afirmar que la gestión estratégica se relaciona significativamente con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Los resultados que se han obtenido en la presente investigación con respecto al objetivo en la tesis de Gonzales (2015) donde sostiene que el 59% de las Mypes se dirige en una estrategia de costos; es así como, las microempresas poseen un interés especial por vender a un precio competitivo para adquirir clientes nuevos con los cuales incrementar sus ingresos de ventas. Esto sucede puesto que dentro del Parque Industrial existen Mypes del mismo rubro con las cuales compiten entre sí. Además, se observó que aquellos factores que contrastan son: la puntualidad de entrega y la confiabilidad que ofrecen sus productos como determinantes en la determinación de sus clientes. De acuerdo con esto en la actual investigación los resultados han sido favorables ya que se obtuvo un coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.581, una significancia de 0.023 que es menor al parámetro teórico que es 0.05 lo que nos permite afirmar que los lineamientos estratégicos se relacionan significativamente con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.

Los resultados que se han obtenido en la presente investigación con respecto al objetivo en la tesis de Reyes (2015) donde sostiene que el análisis del inicio de los problemas de Calzados León determinó que las causas primarias de su pequeña productividad son: la baja motivación, la falta de trabajo en equipo, la formación insuficiente de los trabajadores por la falta de capacitación, la falta de supervisión en los procesos, la escasez de materia prima, la mala distribución de los procesos, la falta de orden, la acumulación de productos en proceso, así como la también la baja capacidad de producción. De acuerdo con esto en la presente investigación los resultados han sido favorables ya que la dimensión más importante de la mejora continua es el trabajo en equipo que con un 41.3 % es el que predomina.

Los resultados que se han obtenido en la presente investigación con respecto a la tesis de Roca (2014) donde se concluyó que tanto los factores internos y externos permiten determinar la evolución y desarrollo de la industria en mención. Los factores internos se relacionan a cada proceso de las Mypes, en base a sus funciones de fabricación como las de gestión; por otro lado, los factores externos van ligados a las oportunidades de cada mercado, oportunidades del gobierno, apoyo de entidades financieras y educativas superiores. Desde este punto de vista se definió que ambos factores son importantes, pero, también ambos no están maniobrados correctamente. Las Mypes no gestionan eficientemente sus procesos y los entes superficiales no generan oportunidades potencialmente aprovechables hacia este sector. De acuerdo con esto en la presente investigación los resultados adquiridos han sido favorables ya que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.726, una significancia de 0.004 que es menor al parámetro teórico que es 0.05 lo que nos posibilita afirmar la elaboración y ejecución de plan estratégico se relaciona significativamente con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En relación al objetivo general, se concluye que si existe relación significativa entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016, esto debido a que en los resultados se obtuvo que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.724, una significancia de 0.02 que es menor al parámetro teórico que es 0.05, así como también a la relación entre los lineamientos estratégicos, los análisis estratégicos, la identificación y formulación de estrategias y la elaboración del plan estratégico.

En relación al primer objetivo específico, se concluye que si existe relación significativa entre los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016, esto debido a que en los resultados se obtuvo que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.581 una significancia de 0.002 que es menor al parámetro teórico que es 0.05, así como también a la relación de la misión, visión y objetivos estratégicos del plan con el mejoramiento continuo.

En relación al segundo objetivo específico, se concluye que si existe relación significativa entre el análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016, esto debido a que en los resultados se obtuvo que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.739, una significancia de 0.002 que es menor al parámetro teórico que es 0.05, así como también a la relación entre el análisis interno y externo del plan.

En relación al tercer objetivo específico, se concluye que si existe relación significativa entre la identificación y formulación de estrategias y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016, esto debido a que en los resultados se obtuvo

que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.724, una significancia de 0.004 que es menor al parámetro teórico que es 0.05, así como también a la relación del análisis organizacional, de oportunidades y estudio de brechas.

En relación al cuarto objetivo específico, se concluye que si existe relación significativa entre la elaboración y ejecución de plan estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016, esto debido a que en los resultados se obtuvo que el coeficiente de Rho de Spearman, que tiene el valor de 0.726, una significancia de 0.004 que es menor al parámetro teórico que es 0.05, así como también a la relación entre la ejecución y evaluación del plan estratégico.

5.2. Recomendaciones

En relación al objetivo general, el cual pide “Determinar la relación entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016”, se propone aplicar el plan de la gestión estratégica en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur para conseguir un mejoramiento continuo de la mano de los lineamientos, análisis, identificación y conductores a la ejecución del plan de mejoramiento continuo según el anexo N°08.

Respecto al primer objetivo específico, donde se buscó “Determinar la relación entre los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016”, mi propuesta es analizar estratégicamente interna y externamente el área para desarrollar el adecuado plan que llevará a la mejora continua.

En relación al segundo objetivo específico, el cual pide “Diagnosticar la relación entre el análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016”, mi propuesta es Desarrollar los lineamientos estratégicos que se necesitan en el área de compras y establecer la misión, visión, objetivos del área para direccionar todo a la mejora continua.

En relación al tercer objetivo específico, el cual pide “Definir la relación entre la identificación y formulación de estrategias y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016” se propone identificar y formular las estrategias del área de compras que aporten a la mejora continua que se busca.

Para finalizar en relación al cuarto objetivo específico se propuso “Delimitar la relación entre la elaboración y ejecución de plan estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016”, se propone elaborar y ejecutar el plan estratégico de manera correcta para conseguir el mejoramiento continuo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, C. (2006). *Comunicación organizacional*. McGraw Hill. México. DF.
- Álvarez, C., y De la Jara, P. (2012). *Análisis y mejora de procesos en una empresa embotelladora de bebidas rehidratantes* (Tesis para optar el Título de Ingeniera Industrial). Pontificia Universidad Católica Del Perú. Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1588>
- Aparicio, M. (2013). *El reto del turismo en los espacios naturales protegidos españoles: la integración entre conservación, calidad y satisfacción* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/20836/1/T34399.pdf>
- Arévalo, N. y Gast, C. (2014). *Diseño de una propuesta de mejoramiento de los procesos del área de mercadeo de una franquicia de tarjetas* (Tesis para optar el Título de Ingeniero Industrial). Pontificia Universidad Javeriana. Colombia. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co:8443/bitstream/handle/10554/7213/tesis32.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barandiarán, J., Calderón, D., Chávez, R. y Coello, A. (2012). *Plan Estratégico del Sector Automotriz en el Perú – Vehículos Ligeros y Comerciales* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad del Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4614>.
- CEPLAN. (2016). *Fase de seguimiento del proceso de planeamiento estratégico para sectores*. Recuperado de: <https://www.ceplan.gob.pe/wp-content/uploads/2016/08/Gu%C3%ADa-Metodol%C3%B3gica-de-Seguimiento-2016.pdf>
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México D.F: Thomson Editores SA de CV.
- Davins, J. (2011). *Metodología de evaluación y mejora continuada*. España: Generalitat de Catalunya.

- Díaz, A. (2014). Miradas sobre la formación del profesorado en tecnologías de información y comunicación (TIC). *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 11(2). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/823/82332625005/>.
- Drucker, P. (1974). *Management: Task, responsibilities, and practices. Designed By Earl Tidwell: EEUU*. Recuperado de: <http://www.icmbpl.com/Management%20-%20Tasks,%20Responsibilities,%20Practices%20by%20Peter%20Drucker%20e%20book.pdf>
- Durand, S. (2015). *Propuesta de mejora de procesos en el área de servicio técnico de una empresa de venta de equipos médicos* (Tesis para optar el Título de Ingeniero). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Perú. Recuperado de: http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/581757/1/DURAND_YS.pdf
- Espinoza, M. (2013). *Planeamiento estratégico como instrumento de gestión para el desarrollo de las empresas de seguridad y vigilancia privada de Lima Metropolitana*. (Tesis de maestría). Recuperado de: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/3335>.
- Evans, J. (2005). *Administración y Control de la Calidad*. México: International Thomson Editores
- Fred, D. (1997). *Conceptos de administración estratégica*. (5ª ed.). México: Pearson Educación.
- Fuentes, J. (2012). *El papel de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en la búsqueda de la eficiencia: un análisis desde Lean Production y la integración electrónica de la cadena de suministro*. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15(3), 39.
- Gajardo, P. (2014). *Propuesta de un modelo estratégico de control de gestión aplicado a Deloitte* (Tesis de maestría). Recuperado de:

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/130009/Propuesta%20de%20un%20modelo%20estrat%C3%A9gico%20de%20control%20de%20gesti%C3%B3n%20aplicado%20a%20Deloitte.pdf?sequence=1>

Galiano, J., Yáñez, G., y Fernández, E. (2007). *Análisis y mejora de procesos en organizaciones públicas*. Madrid: Proyectos y producciones editoriales.

García, M., Quispe, C., y Ruez, L. (2003). Mejora continua de la calidad en los procesos. *Revista Industrial Data*. 6 (1), 89-94. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/816/81606112/>

Gonzales, C. (2015). *Propuesta de un modelo de Gestión Estratégica del Pedido en una asociación mediante consorcio de Mypes del sector metalmecánico de Villa El Salvador para la mejora de la competitividad y un crecimiento sostenido* (Tesis para optar el Título de Ingeniero). Recuperado de: <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/552168>

Guerrero, H., y Vélez, W. (2013). *Propuesta de un modelo de gestión estratégica e indicadores para la mediana empresa de Guayaquil. Caso Omaconsa S.A.* (Tesis de maestría). Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5406/1/UPS-GT000506.pdf>.

Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). México D.F: Editorial Mc. Graw Hill.

Horgren, Ch. y Foster, G. (1998). *Contabilidad de Costos, un Enfoque Gerencial*. México D.F: Editorial Mc. Graw Hill.

Instituto Andaluz de Tecnología – IAT. (2004). *Guía para una gestión basada en procesos*. Recuperado de: <http://www.idi.es/images/Documents/guiagestionprocesos.pdf>

- James, P. (1997). *Gestión de la Calidad Total: un texto introductorio*. España: Pearson Educación.
- Kopelman, R. (1988). *Administración de la Productividad en las organizaciones: perspectiva práctica orientada hacia las personas*. México D.F: McRae Hill.
- Lamas, E. (2008). Procedimiento para el diseño de un sistema de gestión de la calidad basado en un enfoque de procesos. *Revista Contribuciones a la Economía*. (65). Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2011a/larp.htm>
- López, J. (2009). Motivación en Psicología y salud: motivación no es sinónimo de intención, actitud o percepción de riesgo. *Diversitas: perspectivas en psicología*, 5 (1), 27-35. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/679/67916259003.pdf>.
- Luthans F. (2008). *Comportamiento Organizacional*. México D. F: Mc Graw Hill / Interamericana Editores S. A.
- Manisero, A. y Vásquez, A. (2000). Validación de una escala de motivación de logro. *Picotea*, 10(1), 333-351. Recuperado de: <http://www.psicothema.com/pdf/169.pdf>.
- Martínez, D., y Milla, A. (2012). *Introducción al plan estratégico*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=iykA7Wc_VzYC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Introducci%C3%B3n+al+plan+estrat%C3%A9gic&ots=uH-3F0ICcR&sig=tTbhgGNvMAc0prW-QDivnhLKE34#v=onepage&q=Introducci%C3%B3n%20al%20plan%20estrat%C3%A9gico&f=false.
- Martínez, M. (2000). El Concepto de Productividad en el Análisis Económico. *Red de Estudios de la Economía Mundial*. Recuperado de: <http://www.redem.buap.mx/acrobat/eugenia1.pdf>.

- Mayurí, J. (2015) El marketing y la ventaja competitividad en los alumnos de FCA-UNMSM, comparada con los alumnos de administración de la Universidad de los Estudios de Bérgamo. *Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas*. Lima, Perú.; 18(36): 31-38. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/11705/10493>.
- Merino, V., Gaytán, F. y Garzón, A. (2003). *Procesos de mejora continua*. España: Federación Española de Municipios y Provincias.
- Miranda, F., Chamorro, A., y Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. España: Delta Publicaciones.
- Monroy, C. (2010). Marco conceptual de una cultura sistémica en las redes virtuales de fabricación global. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. 16(2). Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312601166>.
- Morán G. & Alvarado, D. (2010) *Métodos de investigación*. México DF: Pearson educación.
- Olchi, G. (1978). The Transmission of Control through Organizational Hierarchy. *Academy of Management Journal*. 21(2). pp. 173-192. Recuperado de: <http://amj.aom.org/content/21/2/173.short>.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL PARA LA ESTANDARIZACION – ISO. (2004). *Orientación sobre el concepto y uso del “Enfoque basado en procesos” para los sistemas de gestión*. La Habana.
- Osorio, E. (2014). *La motivación de logro en los estudiantes de los cursos de proyectos arquitectónicos de la licenciatura en arquitectura de la universidad Rafael Landívar* (Tesis de Maestría). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/83/Osorio-Eva.pdf>.

- Real Academia de la Lengua Española (2011). Diccionario de la lengua española. España: DRAE.
- Requejo, O. (2013). *Productividad laboral y protección social de las mypes en el sector comercio de la ciudad de Chiclayo*. (Tesis para optar el Título de Economista). Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/28/1/TL_Requejo_Espinal_Oscar.pdf
- Reyes, M. (2015). *Implementación del ciclo de mejora continua Deming para incrementar la productividad de la empresa calzados León en el año 2015* (Tesis para optar el Título de Ingeniero Industrial). Universidad Cesar Vallejo. Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/181/reyes_Im.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Robbins, S., y Coulter, M. (2005). *Administración* (8^a ed.). México DF: Prentice Hall.
- Robbins, S., y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional*. México DF: Pearson Educación.
- Robbins, S., Stephen, P., & Coulter, M. (2013). *Administración. Un empresario Competitivo*. México DF: Pearson Educación.
- Rocca, J. (2017). *Propuesta de un modelo para la gestión estratégica de pedidos de gran volumen en asociaciones de Mypes de calzado basados en la gestión por procesos* (Tesis para optar el Título de Ingeniero). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Perú. Recuperado de: <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/346655>.
- Rodríguez, C. (2011). *Propuesta de un sistema de mejora continua para la reducción de mermas en una procesadora de vegetales en el departamento de Lima con el objetivo de aumentar su productividad*

y competitividad (Tesis para optar el Título de Ingeniero). Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. Perú.

Rodríguez, D. (2006). *Dirección moderna de organizaciones en empresas chinas y japonesas*. México: Eumed.net.

Romero, R. (2011). *Modelo de gerencia estratégica como elemento de mejora de la gestión habitacional en el estado Lara (Venezuela)*(Tesis de maestría). Universidad de Córdoba. Argentina. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11086/3982>.

Rosas, N. (2016). *Planeamiento estratégico y su repercusión en la gestión empresarial del sector turismo de la región Puno, 2015 – 2016*(Tesis de maestría). Universidad Néstor Cáceres Velásquez. Perú. Recuperado de: <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/628>.

Salazar, M. (2012). *Planificación estratégica para empresas generadoras de proyectos inmobiliarios: caso empresa constructora SSK montajes e instalaciones SAC*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Ingeniería. Lima, Perú. Recuperado de: http://repositorio.uni.edu.pe/bitstream/uni/1225/1/salazar_pm.pdf.

Saniz, J. (2015). *El plan estratégico en la práctica*. España: Esic editorial.

Santrock, J. (2002). *Psicología de la educación*. México: Mc Graw-Hill.

Sotelo, J., y Torres, J. (2013). *Sistema de mejora continua en el área de producción de la empresa Hermoplas S.R. Ltda aplicando la Metodología PHVA*. Recuperado de: http://www.usmp.edu.pe/PFI/pdf/20131_5.pdf

Sum, M. (2015). *Motivación y desempeño laboral* (Tesis para optar el Título de Psicóloga Industrial / Organizacional). Universidad Rafael Landívar. México. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>.

- Superintendencia de Compañías. (2006). *Planeación estratégica*. Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/2n0rf6nc8pgexp178166z6a490sidl.pdf>.
- Tejada, A. (2010). Análisis del sistema organizacional desde una perspectiva compleja como herramienta de recursos humanos. *Psicología desde el Caribe*. (26). Colombia. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/psdc/n26/n26a11.pdf>
- Tobar, K. (2007). *Elaboración de un plan estratégico para la empresa Rhenania S.A. ubicada en la ciudad de Quito* (Tesis para optar el Título de Ingeniero Empresarial). Escuela Politécnica Nacional. Ecuador. Recuperado de: <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/586/1/CD-0979.pdf>.
- Ureña, A. (1998). *Gestión estratégica de la calidad* (Tesis de doctorado). Universidad de Málaga. España. Recuperado de: <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/2748/Tesis.pdf>.
- Zambrano, C., y Rodríguez, S. (2013). *Propuesta de un modelo de mejora continua en los procesos del laboratorio ambiental Ipsomary S.A. basado en un sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001:2008* (Tesis de maestría). Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil. Ecuador. Recuperado de: <https://www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4293/1/UPS-GT000367.pdf>.
- Zamora, G. (2009). Organizational Commitment of Chilean teachers and their relationship to intention to remain in their schools. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41 (03), p.445-460. Obtenido de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-0534200900030000.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1: Gestión Estratégica				
<p>¿Cómo la gestión estratégica se relaciona con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo los lineamientos estratégicos se relacionan con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?</p> <p>¿Cómo el análisis estratégico se relaciona con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?</p> <p>¿Cómo la identificación y formulación de estrategias se relaciona</p>	<p>Determinar la relación entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar la relación entre los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p> <p>Determinar la relación entre el análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p>	<p>Existe relación significativa entre la gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p> <p>Hipótesis específicos</p> <p>Existe relación significativa entre los lineamientos estratégicos y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p> <p>Existe relación significativa entre el análisis estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p> <p>Existe relación significativa entre la</p>	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles y rangos	
			Lineamientos estratégicos	Misión	1-4	1) Totalmente desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo	
				Visión			
Objetivos estratégicos							
Análisis estratégico	Análisis Interno	5-10					
	Análisis Externo						
Identificación y formulación de estrategias	Análisis Organizacional	11-16					
	Análisis de oportunidades						
	Estudio de brechas						
Elaboración y ejecución de plan estratégico	Evaluación del plan estratégico	17-20					
	Ejecución del plan estratégico						
Variable 2. Mejoramiento continuo				Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles y rangos
Trabajo en equipo	Nivel de comunicación	21-24	1. Totalmente desacuerdo 2. En desacuerdo				
	Nivel de integración						
	Desempeño laboral						
Liderazgo participativo	Nivel de motivación	25-28					

<p>con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?</p> <p>¿Cómo la elaboración y ejecución de plan estratégico se relaciona con el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016?</p>	<p>Determinar la relación entre la identificación y formulación de estrategias y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p> <p>Determinar la relación entre la elaboración y ejecución de plan estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p>	<p>identificación y formulación de estrategias y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p> <p>Existe relación significativa entre la elaboración y ejecución de plan estratégico y el mejoramiento continuo en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur en el año 2016.</p>	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>Nivel de compromiso</td> <td></td> <td rowspan="3"> <p>3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente de acuerdo</p> </td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Optimización de procesos</td> <td>Mejora continua</td> <td rowspan="2">29-33</td> </tr> <tr> <td>Nivel de rendimiento</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Monitoreo y control</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Productividad</td> <td>Nivel de calidad</td> <td rowspan="2">34-37</td> </tr> <tr> <td>Eficiencia</td> </tr> </table>			Nivel de compromiso		<p>3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente de acuerdo</p>	Optimización de procesos	Mejora continua	29-33	Nivel de rendimiento		Monitoreo y control		Productividad	Nivel de calidad	34-37	Eficiencia
				Nivel de compromiso		<p>3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>4. De acuerdo</p> <p>5. Totalmente de acuerdo</p>													
Optimización de procesos	Mejora continua	29-33																	
	Nivel de rendimiento																		
	Monitoreo y control																		
Productividad	Nivel de calidad	34-37																	
	Eficiencia																		

ANEXO 2: INSTRUMENTO

Instrucciones:

Las siguientes preguntas tienen que ver con varios aspectos de su trabajo. Señale con una X dentro del recuadro correspondiente a la pregunta, de acuerdo al cuadro de codificación. Por favor, conteste con su opinión sincera, es su opinión la que cuenta y por favor asegúrese de que no deja ninguna pregunta en blanco.

Puesto que desempeña:.....Sexo:.....Edad:.....

Codificación				
1	2	3	4	5
Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

		1	2	3	4	5
01	Esta de acuerdo con la misión del departamento de compras.					
02	Esta de acuerdo usted con la visión del departamento de compras.					
03	Considera usted que la misión y visión del departamento de compras están bien relacionados.					
04	Los objetivos estratégicos del departamento son los correctos.					
05	Se realizan constantes análisis internos en el departamento de compras.					
06	Los análisis internos son realizados de manera adecuada.					

07	Todos los trabajadores del departamento son evaluados en el analisis interno.						
08	Se realizan analisis externos en el departamento.						
09	El analisis externo se realiza de manera constante.						
10	En el analisis externo se evalua con rigurosidad al departamento de compras.						
11	El departamento de compras esta bien organizado						
12	En analisis organizacional del departamento de compras es el correcto.						
13	Se realiza estudio de brechas en el departamento de compras.						
14	la situacion acutal del departamento de compras es buena.						
15	Esta deacuerdo con los objetivos a largo plazo del departamento.						
16	Considera usted que los planes y acciones del departamento son los correctos.						
17	Esta deacuerdo con el plan estrategico del departamento de compras.						
18	El plan estrategico debe ser mejorado.						
19	Se evalua constantemente el plan estrategico del departamento.						
20	El plan estrategico es ejecutado de manera correcta.						
21	El trabajo en equipo es importante para el departamento.						

22	La comunicación en el departamento es buena.						
23	Se incentiva a la integración en el departamento de compras.						
24	El desempeño del departamento es bueno.						
25	Se encuentra usted motivado en su área de trabajo.						
26	Sus jefes los motivan a mejorar constantemente.						
27	Esta comprometido con el departamento para su mejora.						
28	Realiza usted su trabajo solo por compromiso.						
29	Considera usted que el departamento de compras se encuentra en mejora continuamente.						
30	El área de compras realiza cambios para mejora constantemente.						
31	El rendimiento del departamento es bueno.						
32	Se realizan constantes monitoreos de las compras en el departamento.						
33	El control es importante en el departamento de compras.						
34	El nivel de calidad del departamento es alto.						
35	Se realizan los requerimientos de compras en un tiempo adecuado.						
36	Se cumple con las fechas de entrega de productos.						
37	Se cuenta con una base de datos de proveedores.						

ANEXO 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

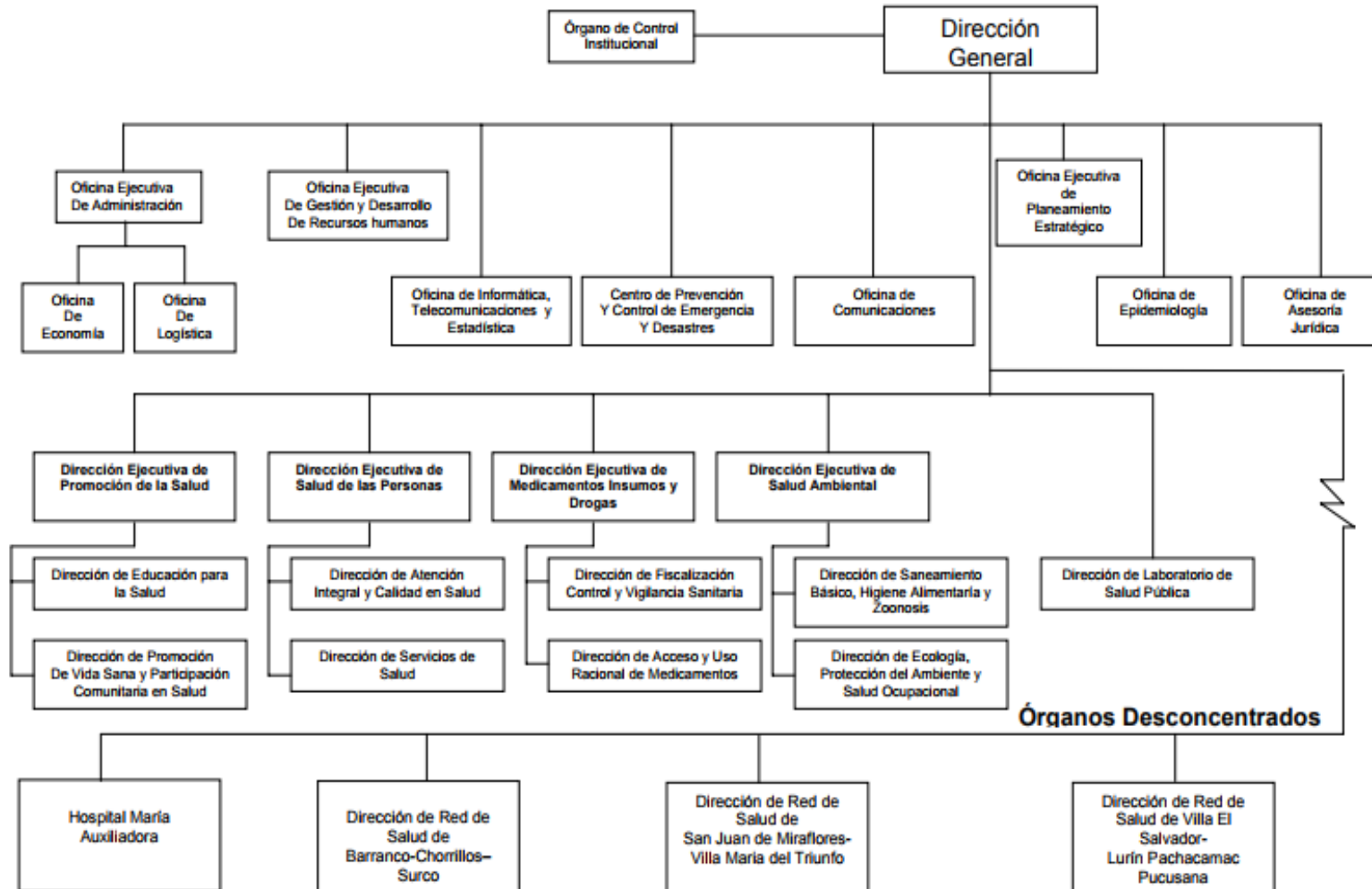
Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores
Variable Independiente: Gestión Estratégica	La gestión estratégica de todos los recursos es condición necesaria para mejorar la competitividad y su dimensionamiento debe estar enfocado a la calidad. (Ureña, 1998)	Lineamientos estratégicos	Misión
			Visión
			Objetivos estratégicos
		Análisis estratégico	Análisis Interno
			Análisis Externo
		Identificación y formulación de estrategias	Análisis Organizacional
			Análisis de oportunidades
			Estudio de brechas
		Elaboración y ejecución de plan estratégico	Evaluación del plan estratégico
			Ejecución del plan estratégico
Variable Dependiente. Mejoramiento continuo	La mejora continua es una estrategia de acción y utilización de recursos productividad de un proceso. (Sotelo y Torres, 2013)	Trabajo en equipo	Nivel de comunicación
			Nivel de integración
			Desempeño laboral
		Liderazgo participativo	Nivel de motivación
			Nivel de compromiso
		Optimización de procesos	Mejora continua
			Nivel de rendimiento
			Monitoreo y control
		Productividad	Nivel de calidad
			Eficiencia

ANEXO 4: LA INSTITUCIÓN:



ANEXO5: ORGANIGRAMA

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA DIRECCIÓN DE SALUD II



ANEXO 6: DOCUMENTOS PARA VALIDAD LOS INSTRUMENTOS DE MEDICION A TRAVEZ DE JUICIO DE EXPERTOS

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) (ita):

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias de la Gestión de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, promoción 2017 II, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller y título Profesional de licenciado en Administración.

El título de mi proyecto de investigación es: “La gestión estratégica y el mejoramiento continuo en el área de compras en la dirección de salud II lima sur en el año 2016.”

y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Elizabeth Mery Ochoa Carhuamaca

D.N.I:43800035

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable 1: Gestión estratégica

Rocca (2017) Un modelo de Gestión Estratégica de Pedido se encuentra definido como aquella relación interna que poseen solo los procesos que brindan lineamiento estratégico y que además involucran las actividades dentro del ciclo de vida de todos los pedidos a la cadena de valor de cada empresa.

Variable 2: mejora continua

Sotelo y Torres, (2013) La mejora continua es una estrategia de acción y utilización de recursos productividad de un proceso.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES:

Variable: Procesos

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de likert
Variable Independiente: Gestión Estratégica	La gestión estratégica es una condición necesaria para que permita mejorar la competitividad de la empresa, su dimensionamiento debe estar enfocado a la calidad. (Ureña, 1998)	Lineamientos estratégicos	Misión	Está de acuerdo con la misión del departamento de compras.	1) Totalmente desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo
			Visión	Está de acuerdo usted con la visión del departamento de compras.	
			Objetivos estratégicos	Considera usted que la misión y visión del departamento de compras están bien relacionados.	
		Los objetivos estratégicos del departamento son los correctos.			
		Análisis estratégico	Análisis Interno	Se realizan constantes análisis internos en el departamento de compras.	
				Los análisis internos son realizados de manera adecuada.	
				Todos los trabajadores del departamento son evaluados en el análisis interno.	
			Análisis Externo	Se realizan análisis externos en el departamento.	
				El análisis externo se realiza de manera constante.	
En el análisis externo se evalúa con rigurosidad al departamento de compras.					

		Identificación y formulación de estrategias	Análisis Organizacional	El departamento de compras está bien organizado	
				En análisis organizacional del departamento de compras es el correcto.	
			Análisis de oportunidades	Se realiza estudio de brechas en el departamento de compras.	
				La situación actual del departamento de compras es buena.	
			Estudio de brechas	Está de acuerdo con los objetivos a largo plazo del departamento.	
				Considera usted que los planes y acciones del departamento son los correctos.	
		Elaboración y ejecución de plan estratégico	Evaluación del plan estratégico	Está de acuerdo con el plan estratégico del departamento de compras.	
				El plan estratégico debe ser mejorado.	
			Ejecución del plan estratégico	Se evalúa constantemente el plan estratégico del departamento.	
				El plan estratégico es ejecutado de manera correcta.	
Variable Dependiente. Mejoramiento continuo	La mejora continua es una estrategia de acción y utilización de recursos productividad de un proceso. (Sotelo y Torres, 2013)	Trabajo en equipo	Nivel de comunicación	El trabajo en equipo es importante para el departamento.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
				La comunicación en el departamento es buena.	
			Nivel de integración	Se incentiva a la integración en el departamento de compras.	
		Desempeño laboral	El desempeño del departamento es bueno.		
		Liderazgo participativo	Nivel de motivación	Se encuentra usted motivado en su área de trabajo.	
				Sus jefes los motivan a mejorar constantemente.	

		Nivel de compromiso	Está comprometido con el departamento para su mejora. Realiza usted su trabajo solo por compromiso.
	Optimización de procesos	Mejora continua	Considera usted que el departamento de compras se encuentra en mejora continuamente. El área de compras realiza cambios para mejora constantemente.
			Nivel de rendimiento
		Monitoreo y control	
		Productividad	Nivel de calidad
	Eficiencia		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LOS PROCESOS DE PAGO

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	Está de acuerdo con la misión del departamento de compras.							
2	Está de acuerdo usted con la visión del departamento de compras.							
3	Considera usted que la misión y visión del departamento de compras están bien relacionados.							
4	Los objetivos estratégicos del departamento son los correctos.							
5	Se realizan constantes análisis internos en el departamento de compras.							
6	Los análisis internos son realizados de manera adecuada.							
7	Todos los trabajadores del departamento son evaluados en el análisis interno.							
8	Se realizan análisis externos en el departamento.							
9	El análisis externo se realiza de manera constante.							
10	En el análisis externo se evalúa con rigurosidad al departamento de compras.							
11	El departamento de compras está bien organizado							
12	En análisis organizacional del departamento de compras es el correcto.							
13	Se realiza estudio de brechas en el departamento de compras.							
14	La situación actual del departamento de compras es buena.							

15	Está de acuerdo con los objetivos a largo plazo del departamento.							
16	Considera usted que los planes y acciones del departamento son los correctos.							
17	Está de acuerdo con el plan estratégico del departamento de compras.							
18	El plan estratégico debe ser mejorado.							
19	Se evalúa constantemente el plan estratégico del departamento.							
20	El plan estratégico es ejecutado de manera correcta.							
21	El trabajo en equipo es importante para el departamento.							
22	La comunicación en el departamento es buena.							
23	Se incentiva a la integración en el departamento de compras.							
24	El desempeño del departamento es bueno.							
25	Se encuentra usted motivado en su área de trabajo.							
26	Sus jefes los motivan a mejorar constantemente.							
27	Está comprometido con el departamento para su mejora.							
28	Realiza usted su trabajo solo por compromiso.							
29	Considera usted que el departamento de compras se encuentra en mejora continuamente.							
30	El área de compras realiza cambios para mejora constantemente.							
31	El rendimiento del departamento es bueno.							
32	Se realizan constantes monitoreo de las compras en el departamento.							

33	El control es importante en el departamento de compras.							
34	El nivel de calidad del departamento es alto.							
35	Se realizan los requerimientos de compras en un tiempo adecuado.							
36	Se cumple con las fechas de entrega de productos.							
37	Se cuenta con una base de datos de proveedores.							

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg:

DNI:

Especialidad del validador:

.....

..... de Abril del 2018

¹**Pertinencia:**El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

ANEXO 7: INFORME DE SOFTWARE ANTIPLAGIO

Turnitin

tesissss.pdf

file:///C:/Users/SEGUNDO_1/Downloads/tesissss.pdf

Aplicaciones Correo: Segundo Vas El vendedor mas gran INDICE AUTOMÁTICO LECCIONES DE UN SA Aprende a redactar el APA SIN NUMERO PA Otros marcadores

tesissss

INFORME DE ORIGINALIDAD

23%	23%	1%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorioacademico.upc.edu.pe	7%
Fuente de Internet		
2	repositorio.autonoma.edu.pe	3%
Fuente de Internet		
3	repositorio.uancv.edu.pe	2%
Fuente de Internet		
4	docplayer.es	1%
Fuente de Internet		
5	www.minsa.gob.pe	1%
Fuente de Internet		

Windows Taskbar: 11:00 02/03/2018

**ANEXO 8: PLAN PARA LA MEJORA CONTINUA EN EL ÁREA DE
COMPRAS EN LA DIRECCIÓN DE SALUD II LIMA SUR**

CONTENIDO

1. INTRODUCCION.....	2
2. PROPOSITO Y FINALIDAD	3
3. ALCANCE.....	3
4. RESPONSABILIDADES	4
5. PASOS A SEGUIR PARA LA ELABORACION DEL PLAN DE MEJORAS	4
5.1. IDENTIFICACION DEL AREA DE MEJORA.....	4
5.2. DETECCION DE LAS PRINCIPALES CAUSAS DEL PROBLEMA	5
5.3. FORMULACION DEL OBJETIVO	5
5.4. ACCIONES DE MEJORA.....	5
5.5. PLANIFICACION.....	6
5.6. SEGUIMIENTO DEL PLAN DE MEJORA	7

Elaborado por: Elizabeth M. Ochoa Carhuamaca		Aprobado por:	
		Revisado por:	

**PLAN PARA LA MEJORA CONTINUA:
 ÁREA DE COMPRAS EN LA DIRECCIÓN DE SALUD II LIMA SUR**

1. INTRODUCCION

La excelencia del área de compras viene marcada por su capacidad de crecer en la mejora continua de todos y cada uno de los procesos que rigen su actividad diaria. La mejora se produce cuando el área aprende de sí misma, y de otras, es decir, cuando planifica su futuro teniendo en cuenta el entorno cambiante que la envuelve y el conjunto de fortalezas y debilidades que la determinan.

La planificación de su estrategia es el principal modo de conseguir un salto cualitativo en el servicio. Para ello es necesario realizar un diagnóstico de la situación en la que se encuentra. Una vez realizado es relativamente sencillo determinar la estrategia que debe seguirse, de forma significativa, la mejora implantada. Apoyarse en las fortalezas para superar las debilidades es, sin duda la mejor opción de cambio.

Teniendo en cuenta la visión interna del área de compras, el equipo responsable del área formula las propuestas de mejora que presentara a los responsables de la institución.

El plan de mejoras integra la decisión estratégica sobre cuáles son los cambios que deben incorporarse a los diferentes procesos del área de compras, para que sean traducidos en un mejor servicio. Dicho plan, además de servir de base para la detección de mejoras, debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras ante posibles contingencias no previstas.

Elaborado por: Elizabeth M. Ochoa Carhuamaca		Aprobado por:	
		Revisado por:	

**PLAN PARA LA MEJORA CONTINUA:
ÁREA DE COMPRAS EN LA DIRECCIÓN DE SALUD II LIMA SUR**

Para su elaboración será necesario establecer los objetivos que se proponen alcanzar y diseñar la planificación de las tareas para conseguirlos.

El plan de mejoras permite:

- Identificar las causas que provocan las debilidades detectadas.
- Identificar las acciones de mejora a aplicar.
- Analizar su viabilidad.
- Disponer de un plan de las acciones a desarrollar en un futuro y de un sistema de seguimiento y control de las mismas.
- Evaluar la estrategia a seguir.
- Incrementar la eficacia y eficiencia de la gestión.

2. PROPOSITO Y FINALIDAD

- Lograr la mejora continua del área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur.
- Determinar las causas que provocan debilidades en el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur.
- Realizar el plan de acciones para la mejora del área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur.

3. ALCANCE

El presente plan para la mejora continua cubre toda el área de compras en la Dirección de Salud II Lima Sur.

Elaborado por: Elizabeth M. Ochoa Carhuamaca		Aprobado por:	
		Revisado por:	

**PLAN PARA LA MEJORA CONTINUA:
 ÁREA DE COMPRAS EN LA DIRECCIÓN DE SALUD II LIMA SUR**

4. RESPONSABILIDADES

Es necesario que todo el personal de área de compras y jefaturas, estén conscientes de la importancia del su área para la Dirección de Salud II Lima Sur, asimismo deben comprometerse a cumplir las disposiciones establecidas en el presente plan; con la finalidad de lograr los objetivos.

5. PASOS A SEGUIR PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE MEJORAS

5.1. IDENTIFICACIÓN DEL ÁREA DE MEJORA.

Una vez realizado el diagnóstico del área evaluada, se conocerán las principales fortalezas y debilidades en relación al entorno que la envuelve. La clave reside en la identificación de las mejoras teniendo en cuenta que, para ello se deben superar las debilidades apoyándose en las principales fortalezas.

El conjunto de fortalezas y debilidades detectadas durante el proceso de evaluación del área será el punto de partida para la detección de las mejoras que se deben realizar.

Tabla 17. Cuadro de llenado para identificación de área de mejora

FORTALEZAS	DEBILIDADES	ÁREAS DE MEJORA
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.
(...)	(...)	(...)

Elaborado por: Elizabeth M. Ochoa Carhuamaca	Aprobado por:	
	Revisado por:	

5.2. DETECCION DE LAS PRINCIPALES CAUSAS DEL PROBLEMA

Conocidas las áreas de mejora habrá que identificar las causas del problema utilizando herramientas metodológicas para su identificación, dentro de las que se destacan:

- Diagrama de Ishikawa (causa-efecto)
- Diagrama de Pareto

La utilización de alguna de las anteriores o de otras similares metodologías ayudará a analizar en mayor profundidad el problema y preparar el camino a la hora de definir las acciones de mejora.

5.3. FORMULACION DEL OBJETIVO

Una vez conocidas las causas que originaron el problema se fija el objetivo a conseguir.

5.4. ACCIONES DE MEJORA

La selección de las acciones de mejora es consecuencia del conocimiento del problema, de sus causas y del objetivo fijado. Aplicando una metodología adecuada, se pueden seleccionar las acciones más apropiadas. El número de acciones dependerá de la complejidad del problema y de la organización de la gestión interna de la titulación.

Elaborado por: Elizabeth M. Ochoa Carhuamaca		Aprobado por:	
		Revisado por:	


 PERÚ Ministerio de Salud Dirección de Salud II Lima Sur Red de Salud Barranco Chorrillos Surco	PLAN PARA LA MEJORA CONTINUA: ÁREA DE COMPRAS EN LA DIRECCIÓN DE SALUD II LIMA SUR
---	--

Tabla 18. Cuadro de llenado de acciones de mejora por área

ÁREA DE MEJORA N° 1:	
Descripción del problema	
Causas que provocan el problema	
Objetivo a conseguir	
Acciones de mejora	1. 2. 3. (...)
Beneficios esperados	

5.5. PLANIFICACION


Ahora se está en condiciones de comenzar a elegir, de priorizar las acciones a implantar y de establecer el resto de elementos que son necesarios para conseguir el objetivo fijado.

Para priorizar las acciones de mejora se seguirán el orden que se establecerá en la siguiente tabla.

Tabla 19. Cuadro de prioridades para las acciones de mejora

N°	Acciones de mejora	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1.1					
1.2					
1.3					
(...)					

Elaborado por: Elizabeth M. Ochoa Carhuamaca	Aprobado por:	
	Revisado por:	

 PERÚ Ministerio de Salud Dirección de Salud II Lima Sur Red de Salud Barranco Chorrillos Surco	PLAN PARA LA MEJORA CONTINUA: ÁREA DE COMPRAS EN LA DIRECCIÓN DE SALUD II LIMA SUR
---	--

5.6. SEGUIMIENTO DEL PLAN DE MEJORA

Una vez elegidas por orden de prioridad, procedemos a construir el plan de mejoras incorporando también los elementos que permitirán realizar el seguimiento detallado del plan para garantizar su eficacia y eficiencia, de acuerdo con la tabla que se añade a continuación.

PLAN DE MEJORAS							
Acciones de mejora	Tareas	Responsable de tarea	Tiempos (inicio-final)	Recursos necesarios	Financiación	Indicador seguimiento	Responsable seguimiento
1.1	a) b) (...)						
1.2	a) b) (...)						
(...)							
2.1	a) b) (...)						
2.2	a) b) (...)						
(...)							

Elaborado por: Elizabeth M. Ochoa Carhuamaca		Aprobado por:	
		Revisado por:	