



## CAPACIDAD ORGANIZACIONAL Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS FERRETERAS DE TARAPOTO

### ORGANIZATIONAL CAPACITY AND MARKET PARTICIPATION OF MICROS AND SMALL HARDWARE ENTERPRISES OF TARAPOTO

 David Nicolás Espinoza Dextre.<sup>1a</sup>

 Elia Anacely Córdova Calle.<sup>1b</sup>

 Edman Junior Silva Huamantumba.<sup>1c</sup>



Fecha de recepción : 29 marzo 2020  
Fecha de aprobación : 21 septiembre 2020  
DOI : <https://doi.org/10.26495/tzh.v12i4.1390>

#### **Resumen**

*El estudio investigativo se realizó con objetivo de conocer la asociación de la capacidad organizacional con la participación en el mercado. A su vez, a hipótesis indica una asociación significativa y directa respecto a las variables mencionadas. Se consideró una muestra de 5 ferreterías ubicadas en la ciudad de Tarapoto. La investigación es de tipo no experimental con enfoque cuantitativo y de diseño correlacional - descriptivo. En los resultados se tuvo algunas empresas obtuvieron un nivel adecuado en 53% y 75% como es el Cajamarquino y Comercial ferretera, tienen un buen manejo de actividades, buena vista tangible como la infraestructura y, un nivel de gestión y acceso financiero adecuado. A nivel correlacional, hay una asociación significativa entre las variables principales (capacidad organizacional con la participación en el mercado) de 23.976 y un p valor de 19.00 menor a 0.05. Quiere decir que hay un buen control del personal y buen manejo de almacenes que influyen directamente con la participación en el mercado. Concluyendo que se rechaza la hipótesis nula, aceptando que hay una directa asociación respecto a las variables estudiadas. Quiere decir, que hay control del personal y otros indicadores que forman parte de las variables.*

**Palabras clave:** Participación, mercado, empresas, clima, capacidad organizacional.

#### **Abstract**

*The research study was carried out with the aim of knowing the association of organizational capacity with market participation. In turn, the hypothesis indicates a significant and direct association with respect to the mentioned variables. A sample of 5 hardware stores located in the city of Tarapoto was considered. The research is non-experimental, with a quantitative approach and a correlational-descriptive design. In the results, some companies obtained an adequate level in 53% and 75%, such as Cajamarquino and Comercial ferretera, they have good management of activities, good eyesight. tangible as infrastructure and an adequate level of management and financial access. At the correlational level, there is a significant association between the main variables (organizational capacity with market share) of 23,976 and a p value of 19.00 less than 0.05. It means that there is a good control of the personnel and good management of warehouses that directly influence with the participation in the market. Concluding that the null hypothesis is rejected, accepting that there is a direct association with respect to the variables studied. It means that there is control of the personnel and other indicators that are part of the variables.*

**Keywords:** Participation, market, companies, climate, organizational capacity.

<sup>1</sup> Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú

<sup>a.</sup> Economista, MBA, [ded9t7@hotmail.com](mailto:ded9t7@hotmail.com)

<sup>b.</sup> Economista, Magíster en Gestión Pública. [eliacc22@hotmail.com](mailto:eliacc22@hotmail.com)

<sup>c.</sup> Magíster en Gestión Empresarial, [jrsilva010889@gmail.com](mailto:jrsilva010889@gmail.com)

## 1. Introducción

Actualmente, las empresas se preocupan en mejorar la organización interna, a través de sus políticas para poder crecer y ser competitivas en el mercado. Un punto importante dentro de las organizaciones es buscar el autofinanciamiento, sin tener que recurrir a préstamos con altos intereses en el tiempo. Un rubro importante que genera dinamismo económico en el ámbito de la construcción es el sector ferretero. El mismo ha tenido un crecimiento acelerado por los grandes proyectos urbanos y rurales tanto público y privado que existen y demandan productos de la industria. Incluso, los gobiernos de cada país están llamados a promover y generar condiciones para que las empresas de este rubro tengan posibilidades de desarrollo a gran escala mediante proyectos y programas, incluso la normativa necesaria para mejorar las oportunidades de crecimiento. Sin embargo, las políticas de capacidad organizacional tienen que ser de las mismas empresas del sector para lograr su productividad y desarrollo.

En el Perú, las empresas del sector ferretero a pesar de contar con una gran demanda, la mayoría no cuentan con capacidad organizacional interna referente a planificación, organización, dirección y control. Tampoco cuentan con políticas que mejoren su capacidad de financiamiento para crecer y obtener una mejor productividad. Incluso, el gobierno les brinda escaso apoyo para lograr una verdadera inserción en el mercado ya que son las que más aportan al fisco del gobierno y general empeno a gran escala.

En el distrito de Tarapoto, se observa que las empresas ferreteras, carecen de planificación, organización, dirección y seguimiento a todo el proceso productivo, desde los volúmenes de compras, manejos de almacén y ventas en general. Incluso, carecen de políticas que orienten la capacidad organizativa en general. Se puede observar en la gestión de recursos humanos que muchas veces no cumplen los requisitos y falta de experiencia, por ello sobra material que genera un costo de guardarlo en el almacén; incluso hay productos que tienden a perderse o malograrse y no cuentan con un plan de capacitación, ni incentivos a los trabajadores para mejorar al respecto. Incluso, existe escasa planificación financiera, afectando su proceso de compras, pago a proveedores y otros costos de las empresas. El personal carece de capacidad para solucionar los problemas que se presentan, esto hace que la productividad se vea perjudicada, por ende, afecta las ventas y participación que las empresas de ferreterías tienen en el mercado.

Se trabajó con el objetivo general de establecer el nivel de asociación entre la capacidad organizacional y participación del mercado de las micro y pequeñas empresas ferreteras de Pátapo. El propósito del trabajo investigativo, fue encontrar la asociación de las variables uno y dos de la investigación respecto a las PYMES ferreteras de Tarapoto y brindar algunos puntos de vista en las recomendaciones para mejorar el problema.

Por conveniencia se justifica, ya que los datos obtenidos sobre las variables estudiadas, ayudarán a las Pymes del sector ferretero para su desarrollo. A su vez, ayudarán a las autoridades correspondientes para formular políticas que ayuden a generar condiciones de desarrollo de éstas empresas en la región. Además, el artículo ayudará a contribuir con la producción científica en el sector.

En el ámbito social, los datos ayudarán a mejorar los problemas de la escasa capacidad organizacional y participación en el mercado; con ello, se ayudará al empleo de las familias y jóvenes en el sector ferretero, mejorando sus ingresos, mejorando el dinamismo económico y al desarrollo regional.

Aporta un rico valor teórico referido a las variables estudiadas, sus dimensiones e indicadores, las mismas que ayudarán como referencia para posteriores investigaciones de participación en el mercado y capacidad organizacional de las Pymes.

Tiene implicancia práctica, ya que la investigación y sus resultados, ayudarán a las autoridades y directivos de las Pymes del sector ferretero a solucionar el problema y alcanzar una mayor participación en el mercado, con ello se ayudará al desarrollo del sector mencionado.

Con utilidad metodológica, será de gran importancia y aporte a la comunidad científica respecto a los instrumentos y metodología utilizada, que guiarán a investigaciones con temática relacionadas al tema de investigación.

Molina, Briones y Arteaga, (2016), en su artículo científico “El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas”, concluye que, la capacidad organizacional es la respuesta de las políticas internas donde hay motivación a los trabajadores, donde se premia la creatividad, como resultado se tienen una mayor productividad general. Los recursos humanos son indispensables en las empresas, a su vez, deben sentirse parte de la misma de una forma participativa para incrementar las ventas, ampliar la cartera de clientes y tener una mayor cobertura de mercado en general. Se puede decir, que los correctos procesos en el comportamiento organizacional y la capacidad misma, permiten cambiar y mejorar los retos de la organización con liderazgo y determinación, mejorando los resultados de la organización.

De acuerdo al antecedente planteado Garbanzo, (2016), en su artículo científico “Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión educativa”, concluye que, la capacidad organizativa debe contemplar procesos de cambio desde la administración y las políticas de liderazgo que transforme los procesos internos, que denoten renovación en la parte cultural e inteligencia organizacional, cambiando la visión para lograr objetivos concretos. Una buena gestión conduce eficientemente las organizaciones, alcanzando estándares altos de buena calidad de los servicios a los usuarios, mejorando sus resultados en el mercado.

A su vez, Rodríguez, (2018), en su artículo científico, “Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información”, concluye que, la capacidad organizacional debe contemplar la toma de decisiones basadas en la parte estratégica, para facilitar los procesos de capacidades organizacionales estratégicas y decisionales, aprovechando las ventajas, oportunidades y amenazas de la organización, con ello fomentar estrategias con acciones precisas para crecer en el mercado.

Otro antecedente mencionado por Carpio, Huancco, Cutipa, y Flores, (2019), en su artículo “Estrategias de Márketing viral y el posicionamiento de marca en los restaurantes turísticos en la región Puno”, concluye que, para posesionarse en el mercado, es necesario el posicionamiento mediante las redes, todo esto a través de una buena publicidad y calidad de bienes y servicios que se ofrezca al público. En el caso de la investigación en publicidad se difunden temas relevantes en un 43.75%, 18.75% incentivos y 12.50% en canjes, posicionando la marca en un 50% de forma moderada y aceptable.

En el caso de Hernández, (2017), en su artículo científico, “Capacidades tecnológicas y organizacionales de las empresas mexicanas, participantes en la cadena de valor de la industria aeronáutica”, concluye que, las organizaciones que poseen mejores capacidades organizacionales son las Mypes, con una capacidad productiva diversificada, con clientes internacionales. Las políticas dirigidas a mejorar la capacidad organizacional, son fundamentales e importantes para posicionarse en el mercado, esto hace que tengan una mayor participación en el mismo sector, generando beneficios positivos.

## **2. Material y métodos**

La investigación fue aplicada, ya que se utilizó teorías estudiadas en función de las variables, con enfoque cuantitativo y de diseño correlacional descriptivo. Como técnica se usó la encuesta y el cuestionario como instrumento. A su vez, el estudio permitió describir los fenómenos estudiados, con el fin de medir las variables, llegando a una conclusión con teorías aplicadas como respaldo.

La población estuvo considerada por 18 Mypes ferreteras de Tarapoto inscritas en la cámara de comercio. La muestra fue seleccionada por conveniencia a 5 empresas formalizadas, con un total de 63 colaboradores distribuidos de cinco mypes.

Lo que se usó en la investigación relacionado a materiales fueron: laptop, programa office de Word y Excel, procesador SPSS V22 para procesar la información de campo. El método utilizado fue

el inductivo analítico, partiendo de hechos particulares para llegar hechos generales de correlación de variables estudiadas.

Para la validación de instrumentos de campo se aplicó 8 encuestas piloto. Para el tema de confiabilidad se aplicó el coeficiente de alfa de Cronbach, que es un método estadístico donde el índice debe dar de mayor a 0.80 para que sean válido los instrumentos y puedan aplicarse una segunda vez en situaciones similares.

En la parte ética, la investigación respetó la autoría de las investigaciones utilizadas, utilizando las citas mediante el estilo APA. A su vez, los datos de los instrumentos de campo gozan de total veracidad y confiabilidad. Además, se realizó la investigación previo conocimiento de los empresarios de las empresas ferreteras consideradas en la muestra.

### 3. Resultados

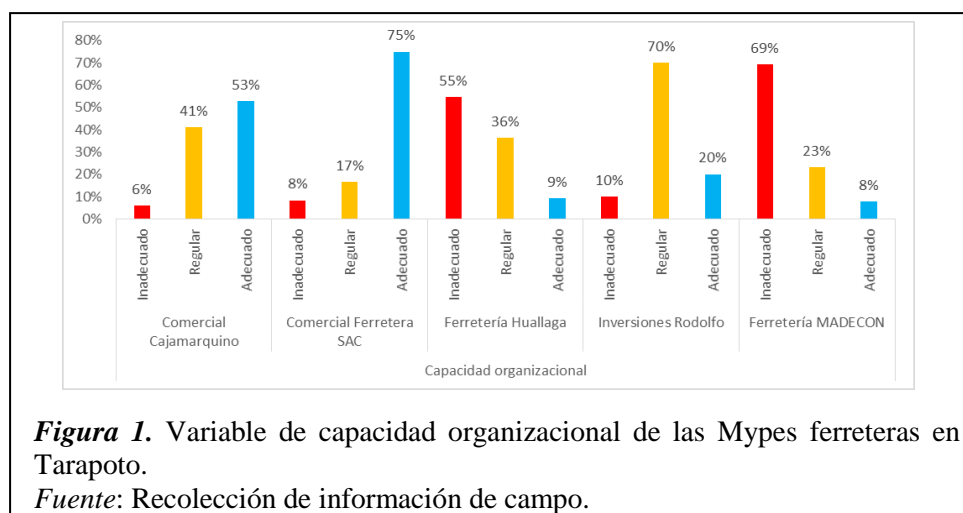
A nivel descriptivo, los resultados en la presente investigación se muestran en función de los objetivos a nivel descriptivo y correlacional, de la siguiente manera:

**Tabla 1**

*Capacidad organizacional de las empresas Ferreteras en el distrito de Tarapoto.*

Empresas Ferreteras		Frecuencia	%
Comercial Cajamarquino	Inadecuado	1	6%
	Regular	7	41%
	Adecuado	9	53%
Comercial Ferretera SAC	Inadecuado	1	8%
	Regular	2	17%
	Adecuado	9	75%
Ferretería Huallaga	Inadecuado	6	55%
	Regular	4	36%
	Adecuado	1	9%
Inversiones Rodolfo	Inadecuado	1	10%
	Regular	7	70%
	Adecuado	2	20%
Ferretería MADECON	Inadecuado	9	69%
	Regular	3	23%
	Adecuado	1	8%

Fuente: Recolección de información de campo.



**Figura 1.** Variable de capacidad organizacional de las Mypes ferreteras en Tarapoto.

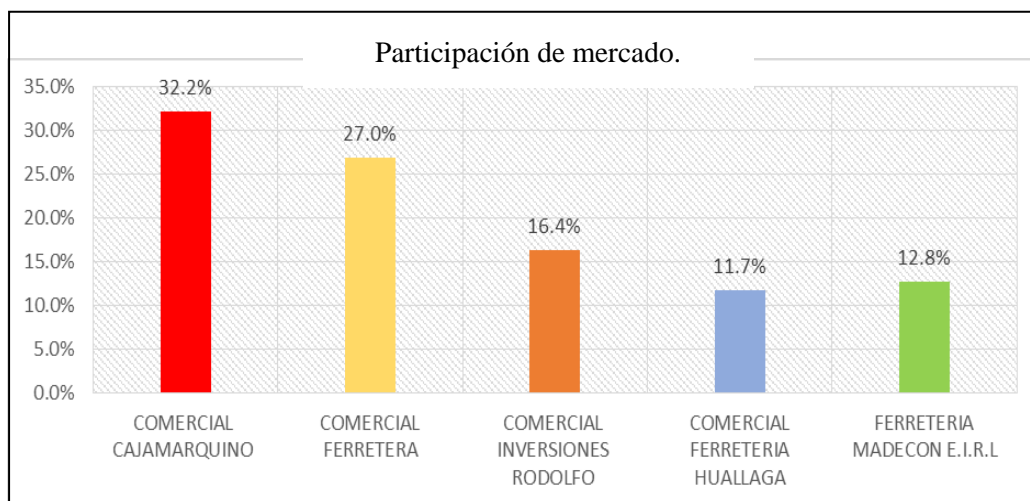
Fuente: Recolección de información de campo.

De acuerdo a los resultados emitidos por los encuestados, se puede observar que existe un mayor porcentaje en capacidad organizacional de manera adecuada en las ferreterías como el Cajamarquino con 53% y Comercial ferretera en 75%. En cambio, las ferreterías Huallaga y Madecón, tuvieron una capacidad organizacional inadecuada en 55% y 69% respectivamente. Así mismo, la ferretería Inversiones Rodolfo tuvo un 70% tuvo resultado regular y un respaldo de 20% por sus trabajadores, así como se observa en la tabla 01 y figura 01.

**Tabla 2**  
*Participación de las MYPES ferreteras en el distrito de Tarapoto.*

Empresa	Participación de mercado		
Comercial cajamarquino	= Total de ventas de la empresa	= 1,389,600.00	= 32%
	= Total de ventas de todas las empresas	= 4,321,853.00	=
Comercial ferretera	= Total de ventas de la empresa	= 1,165,000.00	= 27%
	= Total de ventas de todas las empresas	= 4,321,853.00	=
Comercial Inversiones Rodolfo	Total de ventas de la empresa	707,486.00	
	= Total de ventas de todas las empresas	= 4,321,853.00	= 16%
Comercial Ferretería Huallaga	Total de ventas de la empresa	507,467.00	
	= Total de ventas de todas las empresas	= 4,321,853.00	= 12%
Ferretería MADECON E.I.R.L	Total de ventas de la empresa	552,300.00	
	= Total de ventas de todas las empresas	= 4,321,853.00	= 13%

Fuente: Levantamiento de información de los estados financieros.



**Figura 2.** Respecto a la segunda variable de participación en el mercado de las ferreterías, se observa que el Cajamarquino tiene una participación de 32% y Comercial ferretera tienen un 27% y el 41% le corresponde a las ferreterías Huallaga, Inversiones Rodolfo y Madecón. Además, se alcanzó un índice de 12%, 16% y 13% en el orden las empresas mencionadas. Es por ello que podemos mencionar que, en las últimas ferreterías de Tarapoto, tienen una baja participación en el mercado; esto se debe a la baja productividad y ventas que tienen, sumado a una buena gestión de personal, manejo de mercaderías en almacén, afectando a las empresas, tal como se aprecia en la tabla 2 y figura 2.

Fuente: Recolección de información de campo.

A nivel correlacional, la relación entre capacidad organizacional y participación de mercado de las MYPES ferreteras:

**Tabla 3**  
*Capacidad organizacional y participación de mercado.*

Empresa ferretera	Capacidad Organizacional	Participación de mercado
Comercial cajamarquino	Adecuado	32
Comercial ferretera	Adecuado	27
Comercial Ferretería Huallaga	Inadecuado	12
Comercial Inversiones Rodolfo	Regular	16
Ferretería MADECON E.I.R.L	Inadecuado	13

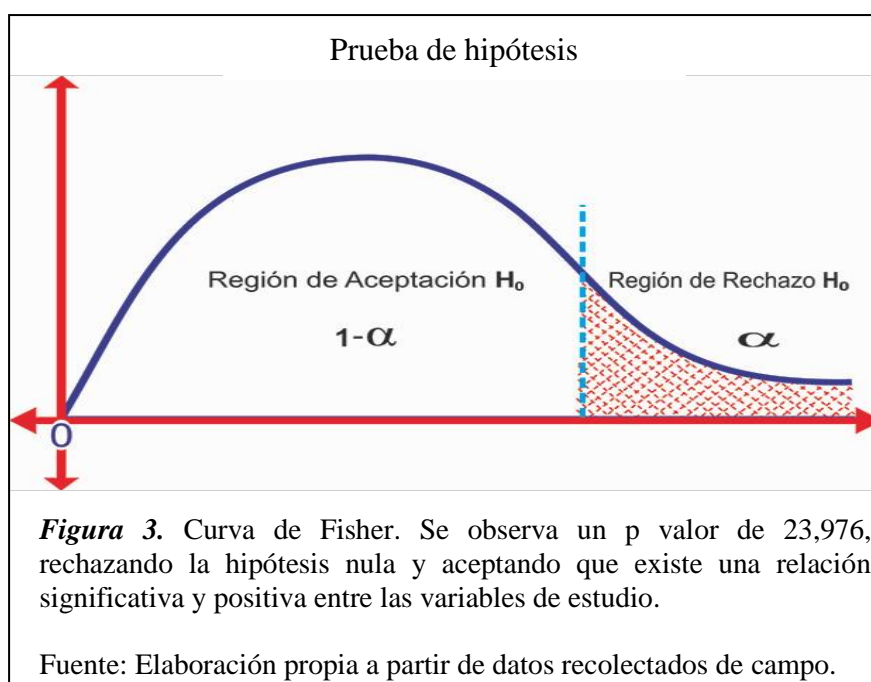
Fuente: Recolección de información de campo.

**Tabla 4**  
*Relación entre capacidad organizacional y participación de mercado ANOVA de un factor.*

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	309,000	2	154,500	23,769	,040
Intra-grupos	13,000	2	6,500		
Total	322,000	4			

Fuente: Recolección de información de campo.

Podemos observar en la tabla 3, las cinco empresas ferreteras formalizadas que son materia de estudio en la investigación, con la colaboración de los trabajadores de dichas empresas. Dichos resultados fueron sometidos al análisis estadístico siguiente:



$$F = 19,00 \quad F = 23,976$$

Cálculo del valor F:  $F_{((n, N-n, \alpha))}$

**Donde:**

$n = (\text{Número de categorías} - 1)^*$

$N = \text{Total de datos} - \text{número de categorías}^{**}$

$\alpha = \text{Nivel de significancia}^{***}$

\* Las categorías presentadas en la investigación están determinados por las escalas de medición: Inadecuado, Regular, Adecuado.

\*\* El total de datos están representados por el número de empresas ferreteras objeto de estudio siendo estos 5.

\*\*\* La investigación se desarrolla a un nivel de 95% de confianza.

$$F_{(2, 2, 0.05)} = 19.00$$

$$F_{EXP} = 23,976$$

#### 4. Discusión:

Luego de analizar los resultados del trabajo investigativo, utilizando medidas estadísticas en función a las variables y dimensiones de estudio a nivel descriptivo y correlacional, pasamos a la discusión de resultados con los antecedentes y teorías que respaldan la investigación.

Entonces, el comportamiento organizacional, es estudiado dentro de las organizaciones, donde interactúan individuos a través de las diferentes actividades realizadas para alcanzar metas. A su vez, se desarrollan procesos que influyen en la actitud de los mismos para realizar sus actividades de forma eficiente (Slocum, 2010, p. 34). La participación en el mercado, está referida al nivel de ventas que tiene una empresa, de ello difiere el porcentaje del paste que ocupa la empresa respecto a las empresas del mismo sector, esto denota su nivel de rentabilidad e ingresos. (Palomino, 2016, p. 16). En este marco, Molina, Briones y Arteaga, (2016) en su estudio científico “El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas”, concluyó que, la correcta aplicación de procesos en el comportamiento organizacional y capacidad misma, permiten cambiar y mejorar los retos de la organización, con liderazgo como elemento clave, con ello se mejorará los resultados de la empresa. A su vez se debe tener en cuenta la motivación de la parte directiva para lograr mayor productividad.

Asimismo, Garbanzo, (2016), en su investigación, “Desarrollo organizacional y procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión de educación”, concluyó que, la capacidad organizativa es un elemento clave, dado por un liderazgo transformador dentro de los procesos administrativos, para lograr organizaciones inteligentes para alcanzar los objetivos organizacionales. La gestión juega un papel imprescindible para lograr la eficacia y eficiencia en los resultados de las organizaciones, donde la calidad en los servicios sean los mejores para lograr la aceptación de los clientes. A su vez, Rodríguez, (2018), en su estudio científico “Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información”, concluyó que, la capacidad organizacional tiene en cuenta en sus procesos organizacionales la toma de decisiones con sus respectivas características estratégicas para generar valor en los bienes y servicios ofrecidos, logrando los objetivos propuestos en las organizaciones.

Otro de los resultados encontrados tiene coherencia a lo encontrado por Carpio, Hanco, Cutipa y Flores, (2019), en su artículo “Estrategias de márketing viral y posicionamiento de la marca en los restaurantes turísticos de Puno”, quienes concluyeron que, para posesionarse en el mercado, es necesario realizar un posicionamiento mediante las redes, todo esto a través de una buena publicidad y calidad de bienes y servicios que se ofrezca al público. En el caso de la investigación en publicidad se difunden temas relevantes en un 43.75%, 18.75% incentivos y 12.50% en canjes, posicionando la marca en un 50% de forma moderada y aceptable. Asimismo, Hernández, (2017), en su artículo científico, “Capacidades tecnológicas organizacionales de las empresas mexicanas, que participan en la cadena de valor de la industria aeronáutica”, concluyó que, las Mypes tienen una mayor capacidad organizacional ya que tienen una capacidad productiva diversificada, con clientes internacionales. Las políticas internas de las empresas en materia de organizacional, son de gran ayuda para insertarse en el mercado mediante las ventas. Esto hace que tengan una mayor participación en el mismo sector, generando grandes beneficios para la organización. En efecto, las instituciones actualmente, unen esfuerzos para mejorar sus procesos en lo que se refiere a la capacidad organizacional como política interna, para mejorar la eficacia y eficiencia en los servicios que brinda (Silva, 2018). Con los correctos procesos de capacidad organizacional por parte de la administración de la institución, ayuda a mejorar la institución, haciéndola más eficiente, con miras a una mayor participación en el mercado.

## 5. Conclusiones

- Existe una capacidad organizacional a nivel de liderazgo estratégico en un 82% para la ferretería Cajamarquino, Comercial ferretera en 92%, Madecón en 92%, teniendo un regular porcentaje de 64% y 50% en las empresas Huallaga e Inversiones Rodolfo.
- Existe una capacidad organizacional a nivel de estructura organizacional e un 59% para la ferretería el Cajamarquino, Comercial Ferretera tiene un 50%, respecto a la ferretería Huallaga es inadecuada con un 64%, Rodolfo en un nivel regular de 60% y Madecon con un nivel inadecuado en un 62%.
- Existe una capacidad organizacional a nivel de recursos humanos adecuados en un 47% respecto a la ferretería Cajamarquino, Comercial Ferretera en un 50%, Huallaga en un nivel regular de 82%, Rodolfo en un 60% y Madecón en un nivel inadecuado de 46%.
- Existe capacidad organizacional a nivel de gestión financiera es adecuado en 65% en la ferretería Cajamarquino, Comercial ferretera en un 60%, Huallaga con un nivel inadecuado de 73%, Rodolfo con un nivel inadecuado de 50% y Madecón en un 77% .
- Existe una capacidad organizacional a nivel de infraestructura de la ferretería Cajamarquino en un nivel adecuado de 59%, Comercial ferretera en un nivel de 58%, Huallaga con un nivel inadecuada en un nivel inadecuado de 64%, Rodolfo en un nivel regular de 70% y Madecon en un nivel inadecuado de 69%.
- La variable capacidad organizacional es adecuada en las ferreterías Cajamarquino y Comercial ferretera en un 75% en general, no sucede lo mismo con las demás ferreterías; ya que la Huallaga tiene un nivel inadecuado en 55, Rodolfo tienen un nivel regular de 70% y Madecon en un 69% con un nivel inadecuado.
- La variable participación en el mercado tienen un nivel adecuado en un 32% respecto a la ferretería el Cajamarquino y Comercial ferretera suman un 27%. Las ferreteras como Huallaga, Rodolfo y Madecón tiene n un 41%. A su vez, poseen un índice de 12 y 16%, en ese orden.



- Se tuvo un nivel de correlación positiva, con un nivel de significancia en un p-valor de 23,976. Llegando a la conclusión de aceptar la hipótesis alterna, donde mencionan que existe un nivel correlación positiva y significativa entre las variables estudiadas.

## 6. Referencias

- García J. y Gutiérrez, R. (1996). *Inseguridad Laboral y desigualdad en el mercado del trabajo. Cuestiones teóricas*. (Tesis de pre grado), Universidad de Oviedo, España. Recuperado de: [http://www/Dialnet-InsercionLaboralYDesigualdadEnElMercadoDeTrabajo-761449%20\(4\).pdf](http://www/Dialnet-InsercionLaboralYDesigualdadEnElMercadoDeTrabajo-761449%20(4).pdf).
- Carpio A., Hanco, M., Cutipa, A. y Flores, E. (2019). Estrategias del marketing viral y el posicionamiento de marca en los restaurantes turísticos de la Región de Puno. *Revista Comunicación*. vol.10 (1), Puno. Doi: <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.33595/2226-1478.10.1.331>.
- Garbanzo, G. (2016). Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión de la educación, *Revista Educación*, vol. 40, (91), pp. 67-87. Universidad de Costa Rica San Pedro, Montes de Oca, Costa Rica. DOI: <http://dx.doi.org/10.15517/revedu.v40i1.22534>.
- Hernández, J. (2017). Capacidades tecnológicas y organizacionales de las empresas mexicanas participantes en la cadena de valor de la industria aeronáutica. *Revista Scielo, Econ: teor. Práct.*, no.47. México. Doi: <http://dx.doi.org/10.24275/etypuam/ne/472017/hernandez>
- Hernández R. Fernández y otros (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México, Ed. (6). Ed. Mc Graw – Will.
- Molina, L., Briones, I., y Arteaga, H. (2016). El comportamiento organizacional y su importancia para la administración de empresas. *Revista Dom. Cien*, Vol. 2(4), pp. 498 – 510. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador. Recuperado de: <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Palomino, J., (2015). *Estrategias de marketing y la participación de mercado de la línea de toallas higiénicas Nosotras de la empresa DISGOM E.I.R.L en la ciudad de Huánuco-2015*”. (Tesis de pre grado). Universidad de Huánuco, Perú. Recuperado de: [http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/102/jose\\_tesis\\_titulo\\_2015.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/102/jose_tesis_titulo_2015.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rodríguez, Y. (2018). Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información. *Revista Transinformação*, v. 30, n. 1, p. 51-64, 2018. Universidad de la Habana, Cuba. Doi: <https://doi.org/10.1590/2318-08892018000100005>
- Silva, J. (2018). *La gestión y el desarrollo organizacional marco para mejorar el desempeño del capital humano*. Ed (1°). Edit. Ciencias. México. Doi: DOI: <http://dx.doi.org/10.17993/EcoOrgyCso.2018.46>
- Slocum, J. (2010). *Comportamiento organizacional*. 13ª ed. Cengage Learning Editores. México. Recuperado de: [https://www.academia.edu/8478303/Comportamiento\\_Organizacional\\_-\\_10ma\\_Edici%C3%B3n\\_-\\_Don\\_Hellriegel\\_and\\_John\\_W.\\_Slocum\\_-\\_FL](https://www.academia.edu/8478303/Comportamiento_Organizacional_-_10ma_Edici%C3%B3n_-_Don_Hellriegel_and_John_W._Slocum_-_FL)