



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**Administración Estratégica, Financiamiento y Competitividad en
una Empresa de Confecciones Textiles de SJL, 2020.**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios

AUTOR:

Espinoza Agurto, Carlos Aurelio
(ORCID: 0000-0003-4246-1991)

ASESOR:

Mgtr. Fabian Rojas, Lenin Enrique
(ORCID: 0000-0003-1949-6352)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

Lima-Perú

2020

Dedicatoria

A mi esposa y mis hijos, mis aliados estratégicos por ser la sinergia y motivación para lograr mis metas y objetivos planificados.

Agradecimiento

A nuestra alma mater, a nuestro asesor Lenin Fabian Rojas por sus valiosos conocimientos en el desarrollo de la experiencia curricular y a cada uno de nuestros docentes por sus enseñanzas brindadas los cuales contribuyeron en añadir valor a nuestra formación académica y profesional.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	vi
Índice de figuras.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	8
III. METODOLOGÍA.....	21
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	21
3.2 Variables y operacionalización.....	23
3.3 Población, muestra y muestreo.....	25
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
3.5. Procedimiento.....	28
3.6. Método de análisis de datos.....	29
IV. RESULTADOS.....	30
4.1 Resultado descriptivo univariado.....	30
4.2 Prueba de normalidad.....	50
4.3 Análisis inferencial.....	51
V. DISCUSIÓN.....	56
VI. CONCLUSIONES.....	63
VII. RECOMENDACIONES.....	66
REFERENCIAS.....	69
ANEXOS.....	73
Anexo 1 – Matriz de operacionalización de Variable Administración Estratégica ..	73
Anexo 2 - Matriz de operacionalización de Variable Financiamiento.....	74
Anexo 3 - Matriz de operacionalización de Variable Competitividad.....	75
Anexo 4 - Matriz de Consistencia.....	76
Anexo 5 - Instrumento de la Variable 1: Administración Estratégica.....	78

Anexo 6 - Instrumento de la Variable 2: Financiamiento	79
Anexo 7 - Instrumento de la Variable 3: Competitividad.....	80
Anexo 8 - Base de Datos de los Instrumentos de Administración Estratégica	81
Anexo 9 - Base de Datos de los Instrumentos de Financiamiento.....	83
Anexo 10 - Base de Datos de los Instrumentos de Competitividad	85
Anexo 11 - Base de Datos de la Prueba Piloto de Administración Estratégica.....	87
Anexo 12 - Base de Datos de la Prueba Piloto Financiamiento.	88
Anexo 13 - Base de Datos de la Prueba Piloto de Competitividad	89
Anexo 14 - Fiabilidad del instrumento administración estratégica	90
Anexo 15 - Fiabilidad del instrumento variable financiamiento	91
Anexo 16 - Fiabilidad del instrumento variable competitividad	92
Anexo 17 - Certificado de Validez del Instrumento Administración Estratégica	93
Anexo 18 Certificado de Validez del Instrumento que mide Financiamiento	94
Anexo 19 - Certificado de Validez del Instrumento que mide Competitividad.	95
Anexo 20 Certificado de Validez del Instrumento Administración Estratégica	96
Anexo 21 - Certificado de Validez del Instrumento que Mide Financiamiento	98
Anexo 22 - Certificado de Validez del Instrumento que Mide Competitividad	99
Anexo 23 - Declaratoria de autenticidad (autores)	100
Anexo 24 - Declaratoria de autenticidad (asesor)	101
Anexo 25 – Acta de sustentación.....	102
Anexo 26 – Autorización de publicación en el repositorio.....	103
Anexo 27 - Autorización de la versión final del trabajo de tesis	104
Anexo 28 – Constancia de Turnitin	105

Índice de tablas

Tabla 1 Alpha de Cronbach para la variable Administración estratégica	28
Tabla 2 Alpha de Cronbach para la variable Financiamiento	28
Tabla 3 Alpha de Cronbach para la variable Competitividad	28
Tabla 4 - Distribución de frecuencias de la variable administración estratégica	30
Tabla 5 - Distribución de frecuencias de la dimensión formulación estratégica	31
Tabla 6 - Distribución de frecuencias en la dimensión implementación estratégica	32
Tabla 7 - Distribución de frecuencias en la dimensión evaluación estratégica	33
Tabla 8 - Distribución de frecuencias en la variable financiamiento	34
Tabla 9 - Distribución de frecuencias de la dimensión financiamiento interno	35
Tabla 10 - Distribución de frecuencias en la dimensión financiamiento externo.	36
Tabla 11 - Distribución de frecuencias en la dimensión condiciones de financiamiento.	37
Tabla 12 - Distribución de frecuencias en la variable competitividad.	38
Tabla 13 - Distribución de frecuencias de la dimensión liderazgo en costos.	39
Tabla 14 - Distribución de frecuencias de la dimensión diferenciación	40
Tabla 15 - Distribución de frecuencias de la dimensión segmentación.	41
Tabla 16 - Tabla cruzada entre las variables administración estratégica y financiamiento	42
Tabla 17 - Tabla cruzada entre las variables administración estratégica y la competitividad.	43
Tabla 18 - Tabla cruzada ente la dimensión formulación estratégica y la variable financiamiento	44
Tabla 19 - Tabla cruzada entre la dimensión implementación estratégica y la variable financiamiento.	45
Tabla 20 - Tabla cruzada entre la dimensión evaluación y la variable financiamiento.	46
Tabla 21 - Tabla cruzada entre la dimensión formulación estratégica y la variable competitividad	47
Tabla 22 - Tabla cruzada entre la dimensión implementación estratégica y la variable competitividad.	48
Tabla 23. Tabla cruzada entre la dimensión evaluación y la variable competitividad	49
Tabla 24 - Prueba de distribución de datos de las variables Administración estratégica, financiamiento y competitividad	50
Tabla 25 Niveles de correlación bilateral	51
Tabla 26 - Correlación entre la administración estratégica, financiamiento y la competitividad.	51
Tabla 27 - Correlación entre la formulación y financiamiento.	52

Tabla 28 - Correlación entre la implementación estratégica y el financiamiento.	53
Tabla 29 - Correlación entre la evaluación y el financiamiento.	54
Tabla 30 - Correlación entre la formulación estratégica y la competitividad.	54
Tabla 31 - Correlación entre la implementación estratégica y la competitividad.	55
Tabla 32 - Correlación entre la evaluación estratégica y la competitividad.	56

Índice de figuras

Figura 1 - Distribución porcentual de la variable administración estratégica	30
Figura 2 - Distribución porcentual en la dimensión formulación de estrategias.	31
Figura 3 - Distribución porcentual en la dimensión implementación estratégica.	32
Figura 4 - Distribución porcentual en la dimensión evaluación	33
Figura 5 - Distribución porcentual en la variable financiamiento.	34
Figura 6 - Distribución porcentual de la dimensión financiamiento interno.	35
Figura 7 - Distribución porcentual en la dimensión financiamiento externo.	36
Figura 8 - Distribución porcentual en la dimensión condición de financiamiento.	37
Figura 9 - Distribución porcentual de la variable competitividad.	38
Figura 10 - Distribución porcentual de la dimensión liderazgo en costos	39
Figura 11 - Distribución porcentual de la dimensión diferenciación.	40
Figura 12 - Distribución porcentual de la dimensión segmentación.	41
Figura 13 - Comparación porcentual de las variables administración estratégica y financiamiento.	42
Figura 14 - Comparación porcentual de la administración estratégica y competitividad.	43
Figura 15 - Comparación porcentual de la formulación y financiamiento.	44
Figura 16 - Comparación porcentual de la implementación y el financiamiento.	45
Figura 17 - Comparación porcentual de la evaluación y el financiamiento.	46
Figura 18 - Comparación porcentual de la formulación y competitividad.	47
Figura 19. Comparación porcentual de la formulación y competitividad.	48
Figura 20 - Comparación porcentual de la evaluación y competitividad.	49

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la administración estratégica, financiamiento y competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, 2020. La metodología empleada para la elaboración de esta tesis estuvo relacionada al enfoque cuantitativo, el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, método deductivo y de alcance correlacional, la población estuvo conformada por 180 trabajadores, el resultado obtenido de la muestra fue de 125 trabajadores, a los cuales se le aplicó una encuesta, se utilizó como instrumentos tres cuestionarios con la escala de Likert.

Se realizó el análisis descriptivo e inferencial se demostró que la relación entre las variables administración estratégica y financiamiento es significativa al nivel de $0,769$ positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; También se demostró que la relación entre las variables administración estratégica y competitividad es significativa al nivel de $0,671$ positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación entre las variables de estudio, y la relación es directamente proporcional, es decir que a mayor injerencia de la administración estratégica mayor será la competitividad empresarial.

Palabras clave: administración estratégica, financiamiento, competitividad.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship that exists between strategic management, financing and competitiveness in a textile manufacturing company in the San Juan de Lurigancho District, 2020. The methodology used to prepare this thesis was related to the quantitative approach, the research design is non-experimental with a cross-section, deductive method and correlational scope, the population consisted of 180 workers, the result obtained from the sample was 125 workers, to whom a survey was applied, three questionnaires with the Likert scale were used as instruments.

The descriptive and inferential analysis was carried out, showing that the relationship between the variables strategic management and financing is significant at the level of 0.769 positive; therefore, it can be induced that there is a considerable positive correlation between the study variables. It manifests a positive trend curve; therefore, it can be deduced that the relationship is directly proportional; It was also shown that the relationship between the variables strategic administration and competitiveness is significant at the level of 0.671 positive; therefore, it can be induced that there is a correlation between the study variables, and the relationship is directly proportional, that is, the greater the interference of the strategic administration, the greater the business competitiveness.

Key words: strategic administration, financing, competitiveness.

I. INTRODUCCIÓN

En el escenario de la economía mundial globalizada se están presentando importantes cambios en el contexto geopolítico, socioeconómico y tecnológico los cuales impactan en las competencias de las compañías en el mercado mundial. La industria 4.0 está transformando los esquemas de demanda y esquemas de oferta en el escenario mundial. La coyuntura actual de la pandemia, exige adaptarse y mejorar las estrategias empresariales en el mundo. Ante este escenario en América Latina, el *e-commerce* (comercio electrónico) se está expandiendo ascendentemente. Actualmente, nuevos competidores digitales han incursionado en el mercado generando nuevos *stakeholders* (nuevos proveedores y nuevos clientes) y en consecuencia una mayor competitividad, la cual requiere de permanente cambio en las estrategias que garanticen la innovación de las compañías.

Según el *World Economic Forum* (2019) en su Informe de Competitividad Global suministra una estimación al año de los elementos que influyen elevar la producción y el incremento de las economías a periodos largos, siendo valorados en 84.8 (+1.3), Singapur es un país muy competitivo en 2019, destacando a Estados Unidos, que desciende al puesto dos. Hong Kong (3º), Holanda (4º) y Suiza (5º) representan el top 5.

Según el *World Economic Forum* (2019) en la evaluación de competitividad mundial, se analiza 141 economías haciendo uso de indicadores, con una escala de 0 a 100, identifican a los países con cercanía a la alta competitividad. Los factores económicos y sociales son: instituciones, desarrollo de infraestructuras, conocimiento de las tecnologías de la información, estabilidad de la economía, la salud, destrezas, comercialización de bienes, mercado de oferta de trabajos, instituciones financieras, dimensión del mercado, actividad de los empresarios y talento para innovar. La diferencia de competitividad mundial es alarmante, la economía mundial hace frente a la perspectiva de una recesión y una gran inseguridad en el mundo.

Según el World Economic Forum (2019) en Perú obtiene (61,66) puntos, en el cual se evidencia cómo el país utiliza sus capitales, sus talento humano y conocimientos para facilitar a su población de un elevado nivel de bienestar. La tendencia de evaluación en el año 2018 obtuvo 61,26 puntos y el período dos mil diecisiete alcanzó 60.29 y en el 2016 obtuvo 60.15 puntos.

En el contexto del progreso de la pequeña empresa y la mediana empresa son agentes económicos trascendentales en el progreso de una economía globalizada, contribuyendo al Producto Bruto Interno (PBI) y al gran aporte en la generación de empleo.

En el contexto internacional, en Alemania más de 2 millones de eficientes PYMES, se desarrollan suministrando a grandes compañías por ejemplo la transnacional Bayer. De igual modo, en el Japón, el ochenta por ciento del PBI procede de la PYMES.

Por su parte, en Taiwán, alrededor de veintiséis millones de personas poseen más de setecientos mil empresas, aproximadamente noventa y ocho por ciento son pequeñas y medianas compañías los cuales han demostrado un progreso en el mercado global.

En el tema de América Latina la mediana empresa, pequeña empresa y micro empresa son un elemento esencial de la industria textil. Esta jerarquía se evidencia con su contribución en el número total de compañías o la generación de empleo. El cual se compara a una participación al PBI regional de tan solo el veinticinco por ciento, contexto que difiere con las naciones de la Unión Europea en el cual la micro empresa, pequeña empresa y mediana empresa logran el cincuenta y seis por ciento.

Según CEPÄL. (CEPAL, 2010; Correa y Stumpo, 2017), observando la hacienda formalizada, la micro empresa, pequeña empresa y mediana empresa son el noventa y nueve punto cinco por ciento de las compañías y en mayor proporción está formado por las micro-empresas (88,4% del total). Esta proporción se ha mantenido estable a lo largo del último decenio.

Las microempresas representan aproximadamente el 89% de los negocios de la región, sin embargo, se le atribuye el 29% del empleo formal, caracterizándose por una baja productividad, además más del cincuenta por ciento de las vacantes de empleo se ubican en la sección comercio, la gran totalidad de microempresas se encuentran en la sección comercio como ventas de alimentos, bebidas, tabacos, restaurantes, electrodomésticos, productos medicinales, cosméticos entre otros. (CEPAL, 2010; Correa y Stumpo, 2017).

La intervención de las macro-compañías es alta participación en servicios públicos básicos, oferta bancaria, minería y electricidad, Estos son los sectores de la economía que más han producido en América Latina, (CEPAL, 2010; Correa y Stumpo, 2017).

En el Perú, según los técnicos del Ministerio de Producción (2019) las MIPYMES agrupan por encima de 1,9 millones de Micro empresa, pequeñas empresa y mediana empresa debidamente formalizadas las que realizan transacciones económicas en el mercado peruano al año 2017.

Según el Ministerio de Producción (2019), Las Micro, pequeña y mediana empresas al respecto este fragmento empresarial incorpora el 99,5% del general de los negocios debidamente formalizados en el comercio del país, el 96,2% están representados por micro-empresa, 3,2% por pequeña-empresa y 0,1% mediana empresa, de este grupo el 87,6% de estas empresas desarrollan actividades de comercio y servicios, el resto de las mipymes son 12,4% los cuales desarrollan actividades productivas entre las cuales encontramos a los secciones económicos de fabricación, edificación, agrario, explotación y pesca.

Según el Ministerio de Producción (2019), Las mipyme crean aproximadamente el 60% de la población económica activa ocupada, teniendo en cuenta que son la fuente creadora del empleo. Además, diez de cada cien trabajadores de la población económica activa ocupada son emprendedores de una MIPYME formal.

Según PRODUCE (2019), Respecto a la intermediación financiera, el seis por ciento 6 % de las micro, pequeña y mediana empresas ingresan al mercado

bancario. El incremento de los préstamos dirigidos a la sección de las mipymes, se prolongó hasta los meses finales del 2017; sin embargo, siendo la de mayor participación las medianas empresas con 62.4% y las pequeñas empresas con 46,3%.

Según el Ministerio de Producción (2019), En las pymes evidenciamos una serie de problemas que impactan en la alta mortalidad de muchas empresas, carencias de estrategias competitivas, la informalidad, la elevada tasa de interés, retraso tecnológico, falta de capacitación del capital humano, falta de cultura tributaria, exigua productividad, capacidad de asociarse, acceso a mercados internacionales, creación de productos innovadores, entre otros.

Según los técnicos de PRODUCE (2017), del total de empresas micro y pequeñas empresas, de los cuales formales representan el 52.5 % e informales representan el 47.5%.

Según el Ministerio de Producción (2017), en SJL, el total de empresas formales son 62,276, microempresas 64,480, pequeña 1,598, mediana 49 y gran empresa 149, las mypes representan superior al 99.68%, microempresas 97.12% y pequeñas empresas el 2.57%, las cuales realizan negocios de comercio y servicios, y la diferencia a otros rubros de la actividad económica.

De acuerdo al análisis de las empresas en el contexto internacional y nacional, se investigó los diversos problemas que afectan a los negocios en el SJL y se focalizó la investigación en las variables administración estratégica, financiamiento y competitividad los cuales corresponden al título de la investigación, se estableció la relación entre sí, teniendo como escenario de estudio de observación una compañía de la actividad de confecciones textiles, además se aplicó una muestra probabilística.

En tanto, se ha podido percibir es la carencia de administración estratégica, acceso al financiamiento lo cual limita la competitividad de estas empresas, la inflexibilidad para transformarse, traducido en la ausencia de acceso al mercado, la facilitación de las transacciones de una forma más eficaz y el buen manejo en cuanto a la reducción de costos lo que es vital para ampliar los márgenes de

ganancia y con ello ser más competitivo.

La apertura a la inclusión de la tecnología y la concientización en cuanto a ejecución de una responsabilidad social empresarial responsable hace que muchas empresas se limite y no amplíe su panorama empresarial en cuanto a crecimiento y desarrollo sostenido en el tiempo. La finalidad del análisis de esta investigación fue a su vez dotar a estas organizaciones de propuestas y herramientas por medio de la ejecución de programas de formación empresarial, con la intención de mejorar los aspectos que se determinaron en la problemática y los aspectos que se encontraron durante el desarrollo del trabajo de investigación. Se brindó un aporte adicional al conocimiento al corroborar la importancia y utilidad de la teoría y los métodos de la investigación científica, para absolver los problemas en relación al problema estudiado.

Como consecuencia de la investigación la problemática general fue:

¿Qué relación existe entre la administración estratégica, financiamiento y competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, 2020 ?, referente a los problemas específicos fueron: ¿Qué relación existe entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL?, ¿Qué relación existe entre la implementación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL?, ¿Qué relación existe entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL?, ¿Qué relación existe entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL?, ¿Qué relación existe entre la implementación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL?, ¿Qué relación existe entre la evaluación y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL?.

Consideramos que la investigación se propuso como objetivo determinar la relación entre la administración estratégica, financiamiento y competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, referente a los objetivos específicos fueron : Determinar la relación que existe entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL, Determinar la relación que existe entre la implementación estratégica y el financiamiento en una

empresa de confecciones textiles de SJL, Determinar la relación que existe entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL, Determinar la relación que existe entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, Determinar la relación que existe entre la implementación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, Determinar la relación que existe entre la evaluación y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL.

La presente investigación justificó su estudio por la relevancia social que radica en el estudio de la administración estratégica, financiamiento y competitividad de las Mypes de SJL, el cual contribuirá a incrementar el (PBI), el nivel de empleo y la recaudación tributaria. Estos indicadores se verán evidenciados en el bienestar de la población. La conveniencia es investigar la aplicación de la administración estratégica, financiamiento y competitividad de las Mypes de SJL para ser más competitivos y comercializar en los mercados nacional e internacional. Las implicancias prácticas de la investigación contribuyen a resolver la problemática de las compañías con el objetivo de ser más competitivas, generar empleo, incrementar la producción, recaudación tributaria, entre otros.

El valor teórico de la investigación es estudiar las teorías de las variables y dimensiones, y como estas contribuyen en el progreso, eficiencia y eficacia de los negocios en SJL, los cuales servirán como elementos de consulta para futuras investigaciones.

En la investigación se plantearon hipótesis de trabajo, siendo la hipótesis general: Existe relación entre la administración estratégica, financiamiento y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, referente a las hipótesis específicas fueron: Existe relación entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL, Existe relación entre la implementación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL, Existe relación entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL, Existe relación entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, Existe relación entre la implementación estratégica y la competitividad en

una empresa de confecciones textiles de SJL, Existe relación entre la evaluación y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL.

II. MARCO TEÓRICO

Las investigaciones que se muestran son de tesis y artículos científicos elaboradas en el contexto nacional e internacional, las cuales son investigaciones que tienen correspondencia con las variables de análisis de este trabajo.

Antecedentes nacionales

Salazar, (2018) en su tesis *Gestión estratégica para el mejoramiento de la competitividad en la empresa UTECO S.R.L.*, Tesis para optar el grado académico de maestro en administración en la UNFV, el objetivo de la tesis fue determinar cómo influye la ejecución de la Gestión Estratégica en la mejora de la competitividad de un Modelo del Departamento de servicios de Lubricación de UTECO S.R.L., se ha desarrollado la tesis y se ha conseguido establecer que al emplear un modelo de Gestión Estratégica genera perfeccionar la eficiencia y eficacia del Dpto. de Servicios de Lubricación de la Empresa UTECO S.R.L.; logrando cumplir el objetivo principal, al conseguir un coeficiente Rho Spearman de 0.634, el que evidencia la correspondencia positiva. Se llegó a la conclusión que el Sistema de gestión estratégica (sig. bilateral = 0.000 < 0.05; Rho = 0.514), capacitación del personal de la alta gerencia (sig. bilateral = 0.000 < 0.05; Rho = 0.548) y los logros alcanzados (sig. bilateral = 0.000 < 0.05; Rho = 0.505) influyen significativamente en el Modelo de gestión estratégica del departamento de servicios de lubricación.

Sandoval (2018) en su tesis *Dificultades financieras que las pymes pasan para la obtención de financiamiento en Lima-Metropolitana*, Tesis para lograr la categoría académica de magister en finanzas en la UNFV, el objetivo de la investigación es estudiar los elementos que dificultan a las PYMES de Lima en obtener financiamiento que brindan las instituciones bancarias. Se concluyó que hay problemas para calificar a préstamos, dado que la mitad de los solicitantes no accede a ella al no tener la capacidad de presentar los requerimientos, destaca que el 33.33 % de las Pymes evaluadas son formales de acuerdo a las leyes, ordenanzas municipales, empleados con beneficios sociales y cuentan con Registro Único de Contribuyente (RUC) habilitado, la carencia de coordinación entre las microempresas, la grande empresa y el Gobierno de turno, representan

perjuicios en el sector microempresarial. Por último, con los hallazgos realizados serán favorables para contribuir con conocimientos en harás de mejorar la planificación y la gestión de las diversas dificultades que afrontan la pequeña empresa y la mediana empresa.

Roca (2016) en su investigación Financiamiento bancario y su relación con el desarrollo económico de las Mypes de la ciudad de Chiclayo, año 2016, tesis para para optar el grado académico de doctor en economía en la UNFV, el objetivo de la tesis es evaluar cómo el financiamiento bancario se relaciona con el desarrollo económico de las Mypes de la ciudad de Chiclayo. utilizó como metodología el análisis cuantitativo, diseño no experimental, tipo básico, la muestra estaba representada por noventa y seis trabajadores de las Mypes de los centros de abastos que comercializan por mayor de Moshoqueque en la localidad de Chiclayo. La investigación finiquitó que existe relación entre el Financiamiento Bancario y el Desarrollo Económico de las Mypes de la localidad de Chiclayo, año 2016.

Antecedentes internacionales

Publicación indexada de Saavedra & Camarena (2017) en La Gestión Financiera de las PYME en la Ciudad de México y su relación de la competitividad. Contaduría Universidad de Antioquia, la intención de este trabajo radicó en determinar cuál es la relación entre la Gestión Financiera y la competitividad. Se ejecutaron los cálculos estadísticos de correlación mediante la técnica de Chi cuadrada. Los descubrimientos evidencian que la pequeña empresa y la mediana empresa consiguen un cuarenta por ciento de competitividad en el Dpto. de Gestión Financiera, se halló, que el Dpto. de Gestión Financiera en la pequeña empresa y la mediana empresa está relacionada con la competitividad global de las compañías; Por lo tanto, se finiquita que la gestión financiera en la pequeña empresa y la mediana empresa está relacionada con la competitividad total de las compañías; si la empresa es pequeña, su grado de competitividad es de mayor dependencia de los elementos de la Gestión Financiera.

Publicación indexada de Serrato (2019), en Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la

gestión de las pymes en Colombia, en el presente artículo se investigó que el diseño de esta investigación posee como intención analizar los conocimientos de planeación estratégica y contabilidad gerencial, examinados desde una perspectiva ubicada en la gestión administrativa y financiera circunscritos en las empresas, se halló la elaboración de modelos para la planeación (desarrollados por Porter, y por Kaplan y Norton) que generan incidencia como herramientas completas en la sostenibilidad y el desarrollo de las empresas. Por lo tanto, podemos concluir en la importancia que tienen la planificación estratégica, en la elección de alternativas eficiente y eficaz, y el desarrollo sostenible de las compañías.

Montealegre, Cortés, & Cubillos (2017) en publicación indexada Relaciones entre modelos gerenciales y pensamiento estratégico empresarial en las empresas agroindustriales del departamento del Tolima, Colombia, en el presente artículo se investigó que los componentes de los logros de los negocios se dan por su modelo gerencial y el pensamiento estratégico, como por la disposición administrativa (tareas, personas y estructura) y el proceso gerencial (formulación, ejecución y evaluación estratégicas). Se concluye que el modelo teórico gerencial les permite ordenar, el conocimiento y la valoración de las particularidades y dinámicas del entorno como factores exógenos de elevada influencia en la desarrollo del pensamiento estratégico y del modelo gerencial, tienen influencia o articulación inmediata en negocios medianos superior a 50 trabajadores, representando el 27% de los negocios agroindustriales, los negocios gestionan estudios de los mercados, realizan estrategias orientados a desarrollar un dirección estratégica en sus empresas que les facilite una eficiente y eficaz proyecciones en la segmentación de su mercado.

Mora, Vera & Melgarejo (2015) en su texto indexado titulado Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá, su objetivo busca establecer la articulación entre la dimensión planificación estratégica y la competitividad en las Mipymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá. En ese sentido, se contextualiza la situación del sector y se analiza su grado de competitividad teniendo como referencia el Mapa de Competitividad del BID. Se utilizó el estudio estadístico, fundado en evaluación de

correlación directa y parcial, con lo cual se logró establecer que la planeación estratégica tiene una gran correlación con otras dimensiones de gestión organizacional de las Mipymes y en su competitividad.

Leyva, Cavazos, & Espejal (2019) en su obra *Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas*. Las empresas contemporáneas se desarrollan en un escenario de incertidumbre, lo que les exige tener la preparación para gestionar en escenarios cambiantes para conseguir sus metas y objetivos para alcanzar competitividad empresarial; las PYMES por su estructura particular compiten con desventaja ante las grandes empresas. El objetivo de la tesis fue cuantificar la relación de la Planeación Estratégica y las Habilidades Gerenciales como elementos al interior de la compañía que inciden en la Competitividad de las pequeñas y medianas empresas de Hermosillo.

Se realizó una investigación mixta, en la etapa inicial se analizó con un panel de expertos (método Delphi), a fin de validar a través de las opiniones de los expertos y, la siguiente etapa fue una evaluación estadística con modelos ecuaciones estructurales PLS. Los cálculos revelan que la planeación estratégica y las habilidades gerenciales como factores internos de la pequeña empresa y la mediana empresa influyen en la competitividad empresarial.

Aguilera, González, y Rodríguez (2011) mediante su tesis “Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas. Una evidencia empírica”, presentada en la Universidad Autónoma de Aguascalientes y donde tuvieron como objetivo estudiar las variables que tienen relación con el incremento y la competitividad de las empresas pertenecientes a diferentes ramas económicas habiéndose considerado para el análisis las ventas (crecimiento) como elemento dependiente, y seis variables que identifiquen su competitividad. Esas variables son: la inversión en difusión, la calidad, el personal que dispone, la utilización de las Tics, el grado de automatización de la empresa, y la constante innovación.

Las teorías en que se apoyaron fueron: Andrews (1998) quien sostenía que las estrategias son un conjunto básico de decisiones que determinan los objetivos y metas los que llevan a las empresas a formular sus planes y donde los factores económicos y humanos son también tomados en consideración como elementos que darán beneficios a los accionistas y la comunidad quienes en términos generales señalaban que la competitividad básicamente es poseer la destreza para identificar y utilizar eficientemente el capital, talento humano y los activos, y de la forma en que están alertas para recibir y reaccionar ante la información que vienen del entorno. Incorporan también otros conceptos relacionados a la competitividad como es el de la diversificación Rumelt (1982).

En cuanto a la innovación consideraron a Witt (2002), Furio Blasco (2005) y Berumen (2008) quienes citan a Schumpeter (1912) quien define la innovación como el uso de algo nuevo. Sutton (1980) agrega que la innovación es un proceso que implica tener nuestros bienes y/o servicios con características diferentes que son apreciados por los consumidores. Esta tesis fue correlacional, no experimental y seccional, además se tuvo una encuesta con 58 preguntas, todas en función a la escala Likert con cinco niveles. La información fue procesada en el programa SPSS. El Alfa de Cronbach fue de 0.952 y para la prueba de hipótesis se trabajó con el estudio de regresión. Los cálculos realizados muestran que hubo una correspondencia entre las variables alcanzando el 95% de confianza.

El estadístico R^2 indico que el modelo que practicaron explica un 91,782% de variabilidad en venta metalmecánica. La R^2 ajustada, que es más conveniente sobre todo para casos donde hay variables independientes, arrojo un 81,9205%. Concluyeron en que sus resultados pueden ser generalizados y por tanto suficientes para inferir recomendaciones gerenciales permiten mejorar la gestión y control, estos elementos contribuyen a las pymes a ser competitivas y añadir mayor valor. Con respecto al marco teórico para la presente investigación, vamos iniciar con los aportes fundamentales que se han dado en el campo de la administración.

Según Koontz y Weihrich (2004), la administración consiste en diversas etapas para planificar, laborando en equipos de trabajo, se planifica que los recursos humanos logren con eficacia los objetivos específicos. Asimismo, los autores establecen que:

a. Los administradores deben ejecutar los cargos de organización, planificación, dirección, trabajo en equipo y supervisión;

b. La administración se emplea en diversas clases de empresas;

c. El propósito común de los administradores es generar rentabilidad en las empresas;

d. La administración tiene como objetivo la “productividad”, es decir hacer una empresa competitiva.

e. Según, Louffat (2015) sistematizar el estudio de la administración consiste en establecer las etapas diversas en la administración los cuales son planificar, organizar, dirigir y controlar, su aplicación eficiente y eficaz contribuye a la competitividad de la empresa.

Respecto a los teóricos relacionados a la variable Administración estratégica tenemos:

Tanto para Koontz (2004) como para Chiavenatto (2011), la Administración Estratégica, son etapas que contribuyen articular el objetivo de corto y el objetivo de largo plazo. La administración estratégica evalúa la visión, la misión, los objetivos, la estrategia y los enfoques implementados en la empresa. En consecuencia, son diversas etapas que constantemente se van retroalimentando, y no un acontecimiento con inicio y fin, según lo planteado por los autores.

Según Morrisey (1993) los procesos de la Administración Estratégica que se implementan en compañías con y sin fines de lucro y tienen diversos procesos las cuales deben estar relacionadas; los elementos que la componen las etapas son: la actitud estratégica, el pensamiento estratégico y la intención estratégica. Es conveniente cambiar las actitudes en la dirección para facilitar que la empresa sea competitiva en los mercados con cada vez mayor turbulencia.

Según Morrisey (1993), las empresas deben analizar los elementos endógenos y en factores exógenos contemplar los elementos económicos, políticos, sociales, tecnológicos, jurídicos y ecológicos, para prevenirnos del perjuicio externo y beneficiarse de las oportunidades, en el contexto de los factores internos explotar las fortalezas y corregir las debilidades, por lo cual la dirección estratégica está orientado en alcanzar los objetivos estratégicos para ser una empresa aplique con eficiencia la cadena de valor en cada uno de sus procesos con el objetivo de ser una empresa competitiva. La implementación de administración estratégica en la administración de las compañías debe considerar enfoques estratégicos.

Según D'Alessio (2016) conceptúa que la administración estratégica es un proceso de diversas acciones que nos permitirán lograr la visión planificada para la organización es decir su proyección al largo plazo, se debe realizar un estudio detallado y escrupuloso de los elementos internos y factores del exterior, con el objetivo de desarrollar las condiciones orientados a alcanzar los éxitos.

Según David (2003) considera que la estrategia realmente es el arte y ciencia para poder desarrollar, instaurar y analizar la elección de alternativas que contribuyan que una empresa pueda alcanzar sus objetivos.

El autor ha considerado tres etapas que son las que constituyen la administración estratégica, estas son: La formulación, en ella se incorpora la visión, misión, establecer la oportunidad y amenaza, la fortaleza y debilidad, analizando el objetivo de largo plazo, formulación de estrategias diversas para contribuir en la gestión con eficiencia.

La implantación, referida a que la estrategia solicita que la compañía considere objetivos al año, establezca políticas, incentive a los trabajadores y reparta los recursos para la implantación eficiente de lo formulado. La evaluación, en vista que se necesita saber si las estrategias están funcionando o no. Además, la evaluación es el medio para averiguarlo. Las estrategias son flexibles porque están influenciados por los componentes externo e interno no son estáticos, razón por lo cual necesitan ir ajustándose la estrategia en el tiempo.

Respecto a los teóricos relacionados a la variable competitividad tenemos:

Competitividad empresarial. Bueno (1987), citado por Camacho (2017), al respecto se plantea que la competitividad es el desempeño de una empresa para lograr la eficiencia y eficacia y establece ventajas para desempeñarse logrando rentabilidad en el sector económico que compite, para generar recursos, habilidades, conocimientos y propiedades que le permiten innovar y generar valor en la empresa.

Para Cuervo (1993), la competitividad es el conocimiento adquirido para fabricar productos bienes para un mercado altamente competitivo con consumidores que demandan productos con valor agregado, así, la empresa podrá conseguir que el flujo de ingresos sea superior a los gastos y costos operativos realizados.

Para la OCDE (2000) la competitividad es la eficiencia con la que un estado o países fabrican productos o brindan servicios con valor agregado en un mercado local y global, las rentas de sus ciudadanos, la productividad de las organizaciones y la eficiencia de los gobiernos.

Porter (1999), establece que una estructura de competitividad en la compañía establece estrategias para hacer que la empresa pueda posicionarse en el sector industrial que compite. Es decir, las particularidades del rubro establecen las ventajas competitivas que las empresas pueden lograr.

Las tres estrategias genéricas de Porter (1999) son: En la estrategia de liderazgo en costos, la compañía establece los protocolos para disminuir los costos en todas las etapas de la producción, es decir la logística interna, las operaciones, logística externa, marketing y ventas, servicios post venta, asimismo las actividades de soporte, los cuales permiten añadir valor a la empresa, la disminución de costos y gastos permiten mejorar los precios y se incrementan los márgenes de ganancia.

En la estrategia de diferenciación la compañía debe fabricar bienes o servicios con valor agregado y que añada valor a los clientes, los compradores están dispuestos a cancelar por un bien diferenciado. Con una estrategia de

enfoque o concentración, la compañía se enfoca en atender segmentos específicos, de la ciudadanía, de bienes exclusivos o geográficos.

Liderazgo general en costos pretende una comprensión minuciosa de las acciones primarias y actividades de soporte en la cadena de valor para especificar las áreas que participan en los costos de la empresa. El liderazgo de costos considera la eficiencia en los niveles de productividad, el objetivo es disminuir el costo unitario de los productos (Hax y Majluf, 2005).

Diferenciación. Considera que la empresa ofrece un producto o servicio con alto valor agregado, muy diferenciado de su competencia, y que añade valor a los consumidores. La diferenciación se consolida con las acciones primarias y actividades de soporte en la cadena de valor. La eficiencia en la cadena de valor contribuye la logística interna, las operaciones, logística externa, marketing y ventas y servicios post venta (Hax y Majluf, 2005).

Enfoque o concentración (segmentación o especialización). La estrategia de concentración se describe por elegir un segmento, mercado local, etapas de la producción, etc. y que añada valor a la necesidad específica del cliente. (Larrea, p.98)

Las teorías de la competitividad son tres. La primera es la teoría económica habitual, los elementos de producción, trabajo, tierra, recursos naturales, capital e infraestructura instauran los negocios en los mercados, de forma que un país exporta los productos en los cuales tienen mayor valor agregado.

La segunda es la teoría económica moderna, surge ante una economía global, en la cual participan empresas transnacionales que comercializan con todo el mundo, a su vez estos mercados demandan mayores productos con características diferenciadas.

La tercera es la teoría de la ventaja competitiva, se destaca por el valor que una compañía puede desarrollar. El valor está representado en cuanto el consumidor esté dispuesto a cancelar por el bien o servicio.

Según Miranda, Chamorro, y Rubio (2007) en la economía hay cuatro principales enfoques. El primero es el enfoque trascendente el cual destaca la calidad como excelencia, lo cual implica el desempeño de los colaboradores de una

compañía, a fin de producir el mejor bien posible, empleando los mejores insumos, con los procesos con la máxima productividad.

El segundo es el enfoque basado en el bien, la calidad es una función de la cantidad de los insumos o características del bien los cuales influyen en la calidad del bien.

El tercero es el enfoque basado en el consumidor final, se fundamenta en cuanto a la calidad es la exacta a los deseos del consumidor. Este enfoque es muy variable al cambio exógeno.

El cuarto es el enfoque basado en el valor, en el cual tanto el precio y la calidad deben considerarse en la competencia dentro de los mercados. El costo y el precio deben estar acorde a la calidad del producto. En ese sentido, el bien será apreciado solo si cumple una utilidad al igual a los ofertados por la competencia a un mejor precio.

La cadena de valor de Porter radica en el estudio de las acciones primarias y de las actividades de soporte, detalla cada una de las actividades que ejecutan en todos los procesos desde los insumos, transformación y venta final del bien.

Para Morris & Raphael Kaplinsky (2006) considera a la cadena de valor como la representación de las diversas actividades que se realizan para elaborar un bien, el cual se realiza mediante diversas etapas de la fabricación.

La actividad utiliza diversos factores; insumos, capital humano, tecnología. Asimismo, utiliza y crea información datos del cliente, indicadores de desempeño y estadísticas de bienes defectuosos.

Según Porter (2008), las actividades de valor se dividen en dos, las primeras, son las que entran en la elaboración física del bien, en su comercialización y transferencia al consumidor, así como al servicio de post venta. Las segundas ofrecen materias primas, tecnologías, talento humano y variadas ocupaciones en la cadena de valor.

Dimensiones de la competitividad empresarial

Liderazgo en costos, esta estrategia pretende que una compañía sea la líder de los costos, se logra cuando los trabajadores aumentan su productividad, utilizan menores tiempos, tener una cartera selecta de proveedores, buena calidad de los insumos, proveedores colindantes a la compañía, el lugar del comercio contribuye a poseer una superioridad sobre la competencia cercana de los demandantes, el conocimiento para negociar con los ofertantes y conseguir márgenes superiores de utilidad (Chanes, 2014).

Diferenciación, una compañía busca ser única en su sector en función de las particularidades del bien, ofertar un bien a los consumidores diferentes de los del mercado para incrementar sus ingresos; teniendo en cuenta las características de los mercados, adecuar los bienes o servicios de la compañía según los requerimientos del usuario, a través de las estrategias de marketing, atender a los usuarios a la brevedad y demostrar responsabilidad social empresarial (Chanes, 2014).

Estrategia de enfoque o segmentación de mercado, la ventaja de segmentación de mercado debe estar al tanto de la conducta del consumidor para brindarles alternativas que satisfaga sus necesidades (Chanes, 2014).

Respecto a los teóricos relacionados a la variable financiamiento tenemos:

Según Zambrano (2014), las finanzas es la disciplina que estudia las teorías y su aplicación para conseguir recursos financieros, minimizar costos, minimizar riesgo, con el objetivo de crear valor en la organización.

Según Johnson (1978) los planes financieros, contempla el financiamiento y muestran los fondos necesarios para cubrir los requerimientos en un periodo de tiempo establecido, los fondos requeridos están en base de los planes del presupuesto de efectivo y el presupuesto de gastos de capital.

Según Weston & Copeland (1992) el financiamiento evalúa las estrategias para la obtención de fondos a bajo costo, al plazo requerido, con periodo de gracia muerto ó periodo de gracia parcial, para facilitar y financiar los activos que pretende

la compañía para generar sus ventas e ingresos estimados.

Según Piñeiro y Llano (2011), el financiamiento es el procedimiento que una compañía gestiona sus finanzas, buscando desarrollar sus inversiones en maquinarias, en equipos, infraestructura, gestionar su capital de trabajo. La fuente financiera está referida los elementos que utiliza la compañía para realizar sus inversiones.

El financiamiento permite obtener el capital para la ejecución del proyecto, el cual considera el costo de la utilización del crédito bancario. El financiamiento está referido a evaluar las diversas estrategias para acceder a los productos y servicios financieros que se ofertan en el sistema financiero, los recursos financieros nos permitirán adquirir inmuebles, maquinarias, equipos, contratar recursos humanos calificados para poner en marcha y desarrollar la operación de la empresa. En el mismo sentido, las alternativas de financiación se pueden acceder al mercado, primario, es decir al sistema bancario y no bancario, y el acceso al mercado secundario se realiza mediante la emisión de bono y acción que se mercantilizan en la Bolsa de Valores (Rodés, 2014).

Según Rodés (2014), la autofinanciación de enriquecimiento son los beneficios que crean las compañías, se reparten entre los accionistas por la contribución de capital realizado, además por los beneficios obtenidos por la marcha de la actividad del negocio, no se hallen en su integridad en dinero líquido, además se evidencian en cuentas por cobrar, stocks, la repartición entre los accionistas podría ser complicada, costoso y puede generar falta de efectivo en la empresa.

Piñeiro y Llano (2011), la venta de activos es una estrategia de financiamiento de las inversiones, donde se utiliza los recursos de la empresa, sin acudir al préstamo. Asimismo, en contexto de los negocios se conceptúa la venta de activos como la provisión de recursos líquidos desde el negocio y son manejados para desarrollar las diversas operaciones en la gestión del negocio. Con esta metodología de obtener recursos financieros se impide endeudarse con otros agentes económicos.

Además Rodés (2014), la financiación externa es una estrategia importante en los negocios, los negocios requieren disponer de varios activos no corrientes (maquinarias, equipos, tecnología e materias primas) que contribuyan al desarrollo sostenido de la empresa y por lo tanto los activos deben financiarse indispensablemente.

En diversos escenarios, los recursos propios no son suficientes para adquirir las inversiones planificadas, en ese sentido se debe contemplar el supuesto de financiación externa, debemos acceder a préstamos, en el sistema financiero a través del mercado primario o mercado secundario. Las alternativas de financiarse externamente son los créditos en sus diversas modalidades de adquirir: arrendamiento financiero, factoring, descuentos comerciales, capital de trabajo, lease-back, warrant, créditos hipotecarios, y otras modalidades.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Arístides (2015) menciona que La investigación básica tendrá las siguientes características:

Estudia la relación que se da sobre las variables, investiga la relación entre variables; diagnostica respecto a un entorno de la empresa; evalúa y aplica teorías; propicia conveniencias de comprender las diversas situaciones de la empresa; y formula los elementos de evaluación.

En la tesis se efectuó un análisis y contextualización de las variables de estudio, bajo el soporte de un diseño no experimental, es decir no se llegaron a manipular cada variable durante el proceso de la evaluación de la data y el estudio de los cálculos finales, no obstante, se estudió el proceso inherente de sus acciones y comportamiento.

Además, la característica de investigación fue de corte transversal, por lo que Hernández et al. (2014), sostiene que la diversidad de modelos de un estudio transversal almacena data en un tiempo único. Teniendo como propósito el de explicar ambas variables y evaluar sus incidencias, así como su interrelación en un determinado momento.

Según Carrasco (2005) el tipo de una investigación ayuda a ampliar los conocimientos existentes en la actualidad, ya que no se necesita aplicar nuevos fines que alteren estas teorías ya planteadas.

Por ende, el tipo de investigación que se realizó en este trabajo fue aplicada, ya que busco hacer una indagación sobre teorías ya existentes, lo que ayudara a que la teoría sirva de base para el análisis de la problemática existente. Respecto a un estudio descriptivo Hernández et al. (2010) indican que las investigaciones descriptivas buscan aclarar las peculiaridades y los rasgos de seres humanos, grupos, sociedades, procedimientos, o cualquier ocurrencia que se someta a un estudio.

Así mismo, para Hernández et al. (2014) los trabajos de estudios que son correlacionales poseen como finalidad demostrar la interacción o el nivel de vinculación que pueda existir entre dos o más variables con respecto a un tema particular o específico.

Los estudios correlacionales permiten hallar el descarte de hipótesis o la confirmación de cualquiera de ellas, con un alto nivel de confiabilidad; para eso se utiliza datos extensos y muy fuertes con el fin de buscar y/o explicar la relación causa y efecto (Flick, 2015).

El tipo o modelo de investigación tiene como fin de observar la asociación o el grado de relación que existe entre dos o más contextos. Particularmente se analiza la vinculación existente entre las variables del estudio. (Tamayo, 2004).

Este trabajo de investigación presento un análisis descriptivo inicialmente donde se describieron las características y particularidades de cada variable de estudio y seguidamente un análisis correlacional para buscar determinar cuál es el nivel de relación entre las variables del presente trabajo de investigación.

Hernández et al., (2014) sostiene que un análisis con enfoque cuantitativo emplea el método de recoger datos para verificar la hipótesis basado en cálculos y estudios estadísticos, logrando establecer modelos de comportamiento y la comprobación de las teorías.

Este enfoque está basado a través de procedimiento numérico y sobre todo en apoyarse en los análisis estadísticos, con el propósito de recoger datos con el propósito para probar hipótesis así mismo experimentar teorías. (Todd, 2013).

El enfoque cuantitativo trata de observaciones con diferencias entre magnitudes que corresponden a una escala numérica y que pueden medir una cantidad (Taylor, Bogdan y DeVault, 2015).

En ese caso la presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, en donde se procesó la información y se manejó la estadística para el estudio y explicación en el resultado final.

3.2 Variables y operacionalización

La finalidad de la operacionalización es la separación o la desagregación ya sea de los elementos de forma contextual o abstracta de los variables, los conceptos teóricos ya sea en sub términos llamados indicadores, representados con los ítems y escalas. (Hernández et al., 2014).

Para Carrasco (2009) operacionalizar cada variable es un desarrollo sistemático que radica en separar razonablemente cada variable que forman el problema de la investigación, empezando desde lo general a lo particular.

Según Ferreyra y Longhi (2014) la variable de investigación permite identificar, medir, cuantificar, controlar y estudiar una investigación, con base a los distintos criterios, valores de información real y veraz.

3.2.1 Operacionalización Variable Administración Estratégica

Variable Administración Estratégica				
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
David (2003) considera que la estrategia realmente es el arte y ciencia para poder formular, implantar y evaluar las decisiones que permiten que una empresa pueda alcanzar sus objetivos. El autor ha considerado tres etapas que son las que constituyen la administración estratégica, estas son: La formulación, la implantación y la evaluación. Todas las estrategias están sujetas a tener que variar debido a que los factores externos e internos no son estáticos, razón por lo cual necesitan ir ajustándose la estrategia en el tiempo.	La variable administración estratégica será operacionalizada a través de sus dimensiones e indicadores	Formulación	Establecimiento de mision y vision	1 Nunca
			Deficion del FODA	
			Definicion de estrategias	2 Casi nunca
			Establecimiento de objetivos	3 A veces
			Definicion de politicas	
		Evaluación	Motivacion y compromiso de la organización	4 casi siemp
			Asignacion de presupuesto para la imnlementacion	5 Siempre
			Factores internos	
			Factores externos	
			Adaptación a los cambios	

3.2.2 Operacionalización Variable Financiamiento:

Variable Financiamiento				
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Según Piñeiro y Llano (2011), el financiamiento es la forma de como una empresa puede obtener recursos financieros, para llevar a cabo sus actividades económicas y su crecimiento empresarial, las fuentes financieras son los medios que dispone la empresa para llevar a cabo sus inversiones", de manera que los recursos financieros se pueden obtener mediante el financiamiento interno, financiamiento externo y teniendo en claro las condiciones de financiamiento.	La variable financiamiento será operacionalizada a través de sus dimensiones e indicadores	Financiamiento interno	Beneficios no distribuidos	1 Nunca
			Resultado de ejercicio	2 Casi nunca
			Venta de activos	
			Préstamos	3 A veces
			Leasing	4 casi siemp
		Descuento comercial	5 Siempre	
		Plazo	Condiciones de financiamiento	
		Garantía		
		Tipo de interés		

3.2.3 Operacionalización Variable Competitividad:

Variable Competitividad				
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Porter (1999), considera que una estructura de competitividad en la compañía establece estrategias para hacer que la empresa pueda posicionarse en el sector industrial que compite. Es decir, las particularidades del rubro establecen las ventajas competitivas que las empresas pueden lograr. Las 3 estrategias genéricas son: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque o concentración, por medio de la cual la empresa añade valor a su organización.	La variable competitividad será operacionalizada a través de sus dimensiones e indicadores	Liderazgo en costos	Productividad	1 Nunca
			Tiempo	2 Casi nunca
			Calidad	
			Tecnología	3 A veces
			Servicio al cliente	4 casi siemp
		Innovación	5 Siempre	
		Precio		
		Marca		
		Ingreso	Segmentación	
		Edad		
			Sexo	

3.3 Población, muestra y muestreo

Hernández et al (2014) detallan o definen al concepto de población como la agrupación de habitantes que coincidan en determinadas características, como contenido, lugar y tiempo.

La Población es el conjunto de participantes, pueden ser conocidas o desconocidas en relación a sus características, y que poseen uno o varios atributos cuantificables (Venerco, 2016).

En el estudio se manejó una muestra probabilística, en el que todos los participantes de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados y se consiguen precisando las peculiaridades de los participantes y la magnitud de la muestra.

La muestra de la investigación señala que el trabajo de investigación será aplicado una muestra probabilística, determinado por los datos proporcionados por la empresa Express Jeans C & O S.A. el total de trabajadores está representado por una población de 180 trabajadores.

Tamaño de la muestra

En razón a lo anterior la fórmula a aplicarse es:

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

Dónde:

n = muestra

N = participantes total a considerar 180 trabajadores

Z = 1,96 es la desviación del valor medio

e = 5% margen de error máximo

p = prob. de éxito 50%

q = prob. de fracaso 50% (1- p)

Resultado final la muestra está representada por 125 trabajadores.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica de recolección de datos.

Según Hernández, *et al.* (2014), indican que “Entre las importantes técnicas de recaudación de la data se hallan los numerosos tipos de observación, varias clases de entrevista, estudio del tema, historia de vida, historias orales, entre otros que son importantes para la restauración de la realidad social” (p. 466).

Según Bernal (2016) en la investigación científica cuantitativa se ofrece variedad de instrumentos, encuestas, entrevistas, experimentos, entre otras.

Con respecto a lo mencionado por el autor, la técnica que se ejecutó en el estudio a la institución materia de estudio, fueron las encuestas con 60 preguntas en total, que se dividieron en tres cuestionarios de 20 preguntas para cada variable de estudio, con el propósito de verificar el grado de relación que se presenta entre las variables de estudio.

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

Según Hernández, *et al.* (2014) indican que “La encuesta está formada por preguntas dirigidas a la muestra, con la intención de conocer las opiniones del escenario presente y el estudio de la documentación permite sistematizar de manera ordenada la información de las variables” (p.273).

Aplicando lo manifestado por el autor, para el instrumento para la agrupación y estudio de la data, se desarrollaron tres cuestionarios.

El primero de 20 preguntas para medir la variable administración estratégica, un segunda cuestionario de 20 preguntas para evaluar la variable financiamiento, por último, se desarrolló un tercer cuestionario de 20 preguntas para evaluar la variable competitividad de la empresa Express Jeans C & O S.A.

Para generar confiabilidad del instrumento debe contener validez externa del instrumento y la confiabilidad interna del instrumento; la primera será otorgada por evaluadores externos, especialistas en el tema de investigación bajo criterios de relevancia, pertinencia y claridad; la confiabilidad fue producto de someter cada uno de los instrumentos al test de Alpha de Cronbach, constituyendo el resultado total y por ítem, la prueba de la efectividad del instrumento para medir las variables.

3.4.3 Validez.

Según Hernández, et al. (2014), señalan que “Es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (p.200). Siguiendo con lo indicado por el autor, la validación se formó mediante análisis de expertos, para el caso de la investigación se formuló a especialistas en administración quienes evaluaron los instrumentos presentados, calificaron cada una de las preguntas bajo criterios lógicos la pertinencia del cuestionario, los expertos quienes calificaron el promedio aplicable, considerando que las preguntas contengan relevancia, pertinencia y claridad; producto de ello, validaron el instrumento.

Según Arbaiza (2014) la validez avala que los resultados del estudio sean los deseados, la principal forma de inspeccionar la validez de los instrumentos es mediante una prueba piloto.

Validación de juicio de expertos

N°	Experto	Calificación
Experto 1.	Dr. Robert Contreras Rivera	Aplicable
Experto 2.	Dr. Nerio Janampa Acuña	Aplicable

Fuente propia

3.4.4 Confiabilidad.

De acuerdo con Hernández, et al. (2014) “La confiabilidad de una herramienta de medición el cual refiere al nivel en que al aplicarlo repetidamente al mismo sujeto u objeto provoca resultados similares [...] (p.200), tomando en cuenta lo indicado por el autor la fiabilidad de la variable administración estratégica, variable financiamiento y la variable competitividad, fueron sometidas al test de Alpha de

Cronbach, lo que permitió determinar que los instrumentos para cada variable de investigación son fiables.

Resultado de la confiabilidad variable Administración estrategia tiene alta fiabilidad, por lo tanto, el instrumento es fiable.

Tabla 1 Alpha de Cronbach para la variable Administración estratégica

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,945	20

Resultado de la confiabilidad Variable Financiamiento, tiene alta confiabilidad, Por lo tanto, el instrumento es fiable.

Tabla 2 Alpha de Cronbach para la variable Financiamiento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,924	20

Resultado de la confiabilidad Variable Competitividad, tiene alta confiabilidad, Por lo tanto, el instrumento es fiable.

Tabla 3 Alpha de Cronbach para la variable Competitividad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,939	20

3.5. Procedimiento

En el procedimiento de análisis requerido para el análisis de datos, parte de la premisa de conocer los estadísticos descriptivos, primeramente, con ellos se pudo conocer la media, la moda, la varianza y la desviación con respecto a la media de las respuestas de los encuestados. La manifestación de los sujetos permite inferir el comportamiento que manifiestan las variables.

En un segundo momento se ejecutó la prueba de hipótesis y valorar el grado de correlación que manifiestan la hipótesis general y las específicas; a partir de ello se construyeron los resultados pronosticados en la hipótesis de la investigación. Si

bien los datos proporcionados en la prueba de correlación bilateral generan información sobre la consistencia de la relación entre variables.

3.6. Método de análisis de datos

El estudio de la data en la presente investigación se realiza mediante la matriz, se procede a utilizar un programa computarizado (Hernández et. al ,2014). El software utilizado para el proceso y el estudio de la data fue el programa informático SPSS 24, con el que se pretendió la realizar el estudio correspondiente de la estadística descriptiva e información obtenida y recopilada de las tablas de frecuencias, gráfico de barras, entre otros descriptivos que permitieron evaluar las características de cada uno de los resultados, a través de una visión de carácter porcentual de los mismos. Luego se realizó el análisis inferencial se procedió con la prueba estadística de correlación para establecer y probar las hipótesis formuladas al inicio de la investigación, que fueron objeto de verificación de las proposiciones planteadas.

3.7 Aspectos éticos

Toda investigación debe de poseer un protocolo con el fin de garantizar coherencia e imparcialidad en los objetivos para ello debe poseer ética para la realización de trabajo (Sarno, 2002).

En el trabajo de investigación se cumplió con los principios éticos de responsabilidad del investigador. De manera que toda información consignada respeta el derecho del autor estableciéndose las referencias tomadas. Se respetó la propiedad intelectual como principio fundamental en trabajos de investigación.

La investigación, considero el adecuado uso de las reglas APA, también se procedió a ejecutar la prueba de anti-plagio (Turnitin) establecido por la Universidad Cesar Vallejo, ha implementado políticas responsables en la elaboración de trabajos de investigación de acuerdo con los parámetros de aceptación establecidas por la institución.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultado descriptivo univariado

Tabla 4 - Distribución de frecuencias de la variable administración estratégica

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	36	28,8%
	Regular	53	42,4%
	Bueno	36	28,8%
	Total	125	100%

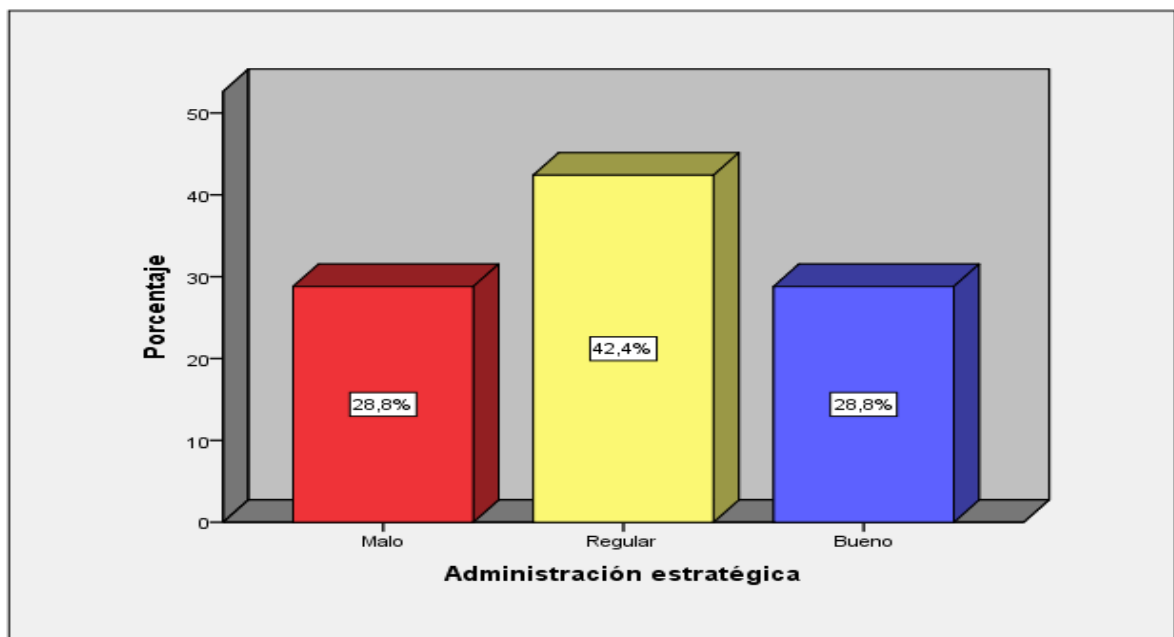


Figura 1 - Distribución porcentual de la variable administración estratégica

De la tabla 4 y figura 1 se observa el 42,4% de los encuestados de una empresa de confecciones textiles de SJL muestran que la administración estratégica es regular, el 28,8% de los encuestados opinan que la administración estratégica se ubica entre el nivel bueno y malo.

Tabla 5 - Distribución de frecuencias de la dimensión formulación estratégica

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	37	29,6%
	Regular	47	37,6%
	Bueno	41	32,8%
	Total	125	100%

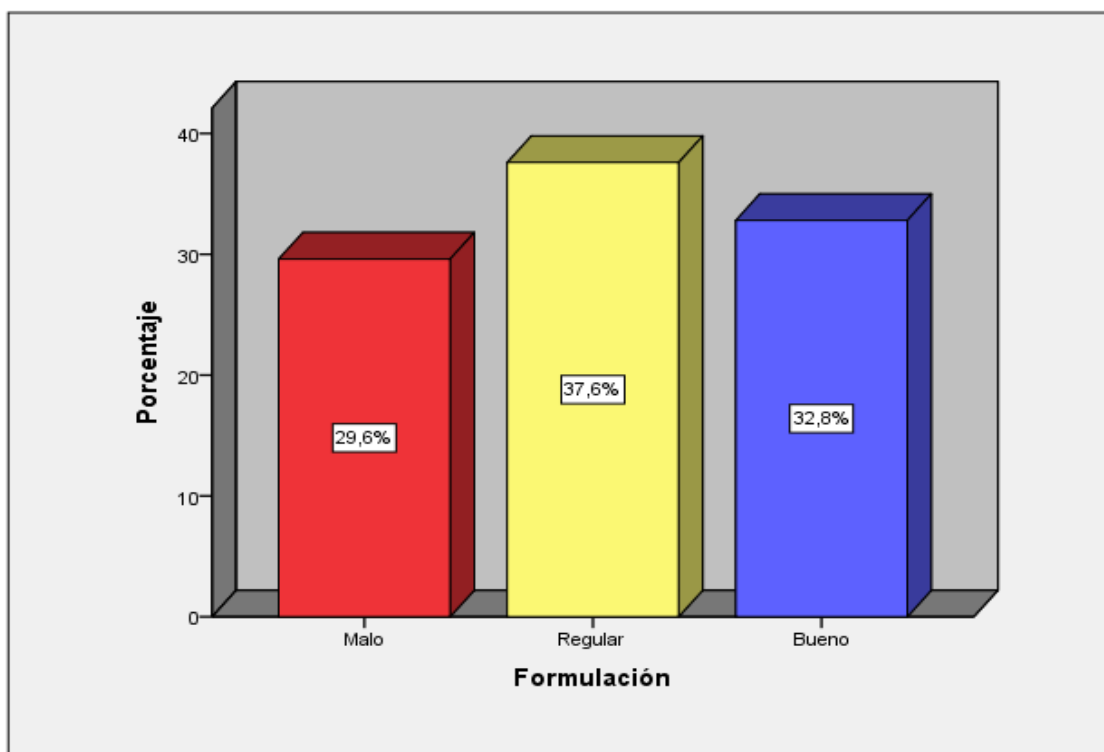


Figura 2 - Distribución porcentual en la dimensión formulación de estrategias.

De la tabla 5 y figura 2, se comprueba el 37,6% de los encuestados de una empresa de confecciones textiles de SJL manifiestan que la formulación de estrategias es regular, el 32,8% de los encuestados opinan que la formulación estratégica es buena y el 29,6% de los entrevistados expresan que la formulación estratégica es mala.

Tabla 6 - Distribución de frecuencias en la dimensión implementación estratégica

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	44	35,2%
	Regular	50	40,0%
	Bueno	31	24,8%
	Total	125	100%

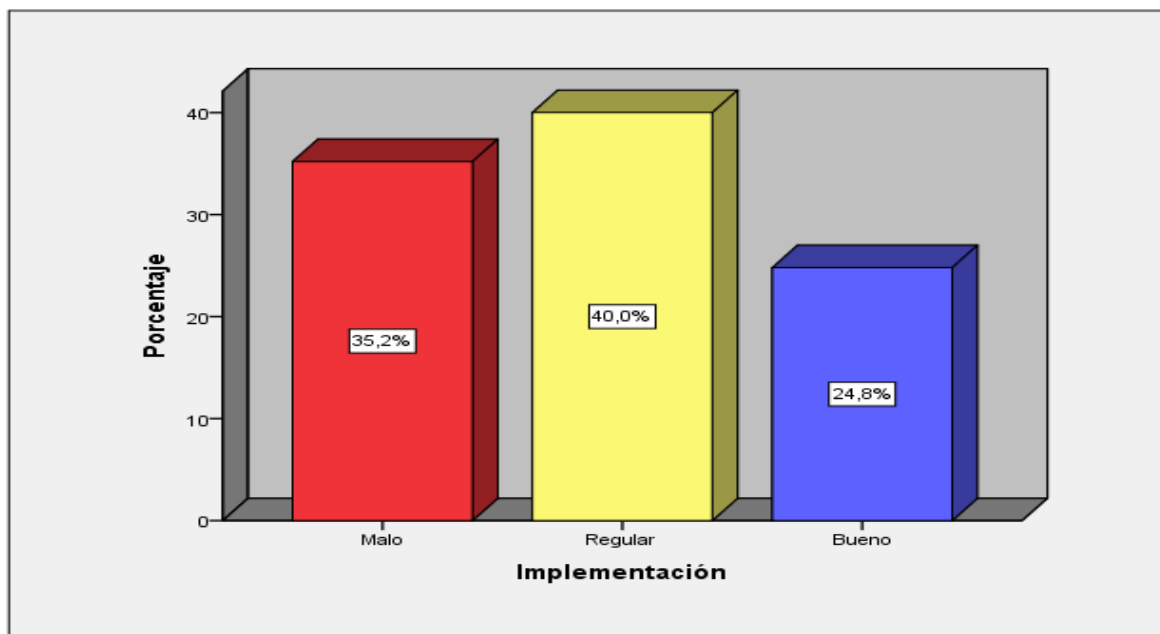


Figura 3 - Distribución porcentual en la dimensión implementación estratégica.

De la tabla 6 y figura 3, se comprueba el 40% de los encuestados de una empresa de confecciones textiles de SJL manifiestan que la implementación estratégica es regular, el 35,2% de los entrevistados dicen que la implementación es malo y el 24,8% de los encuestados opinan que la implementación es bueno.

Tabla 7 - Distribución de frecuencias en la dimensión evaluación estratégica

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	28	22,4%
	Regular	45	36%
	Bueno	52	41,6%
	Total	125	100%

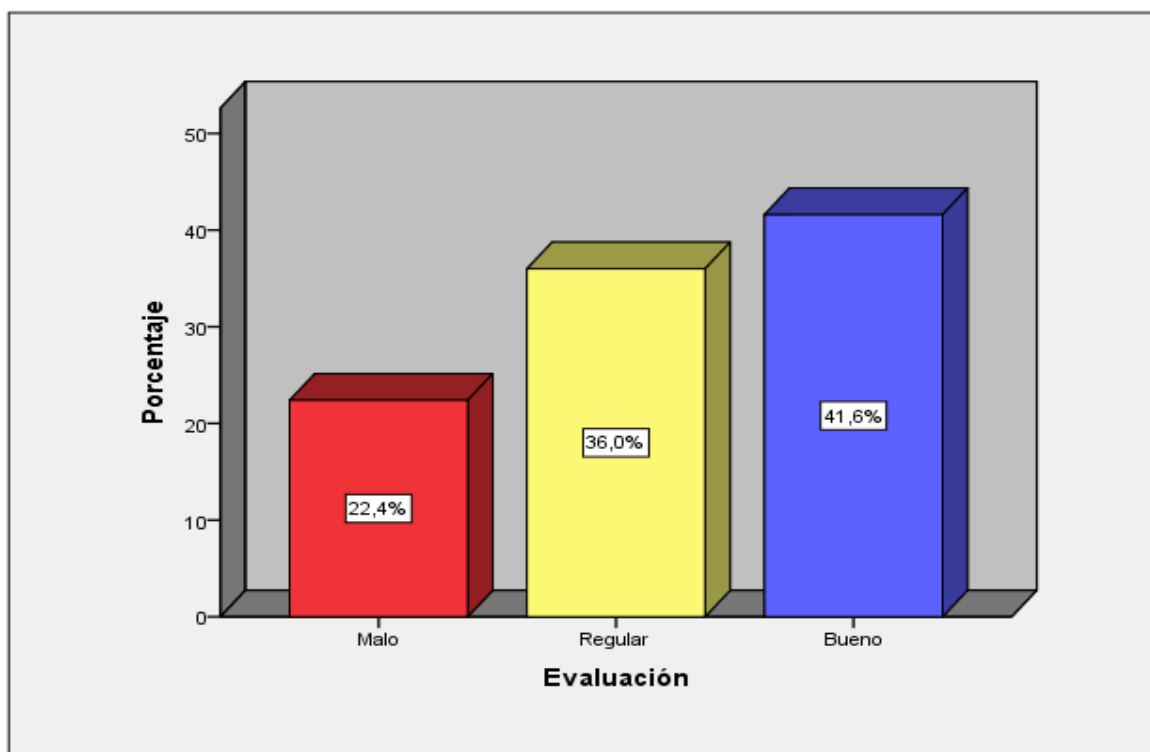


Figura 4 - Distribución porcentual en la dimensión evaluación

De la tabla 7 y figura 4, se comprueba el 41,6% de los encuestados de una empresa de confecciones textiles de SJL manifiestan que la evaluación es buena, el 36% de los encuestados opinan que la evaluación es regular y el 22,4% de los entrevistados dicen que la evaluación es malo.

Tabla 8 - Distribución de frecuencias en la variable financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	28	22,4%
	Regular	65	52%
	Bueno	32	25,6%
	Total	125	100%

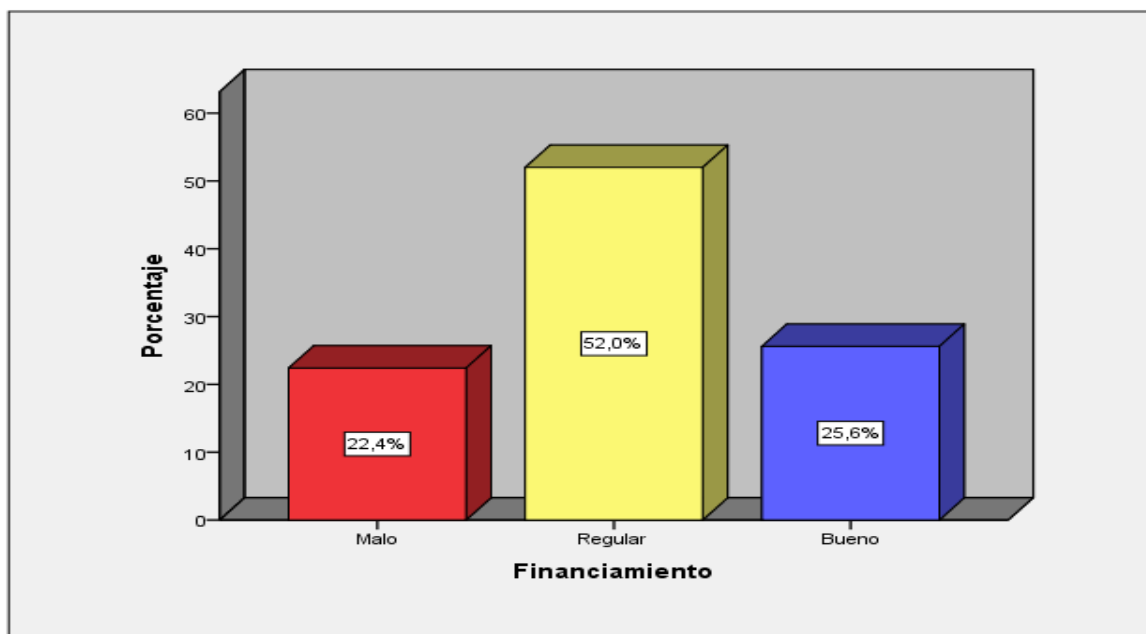


Figura 5 - Distribución porcentual en la variable financiamiento.

De la tabla 8 y figura 5, se comprueba el 52% de los encuestados de una empresa de confecciones textiles de SJL manifiestan que el financiamiento es regular, el 25,6% de los encuestados expresan que el financiamiento es bueno y el 22,4% de los encuestados dicen que el financiamiento es malo.

Tabla 9 - Distribución de frecuencias de la dimensión financiamiento interno

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	32	25,6%
	Regular	62	49,6%
	Bueno	31	24,8%
	Total	125	100%

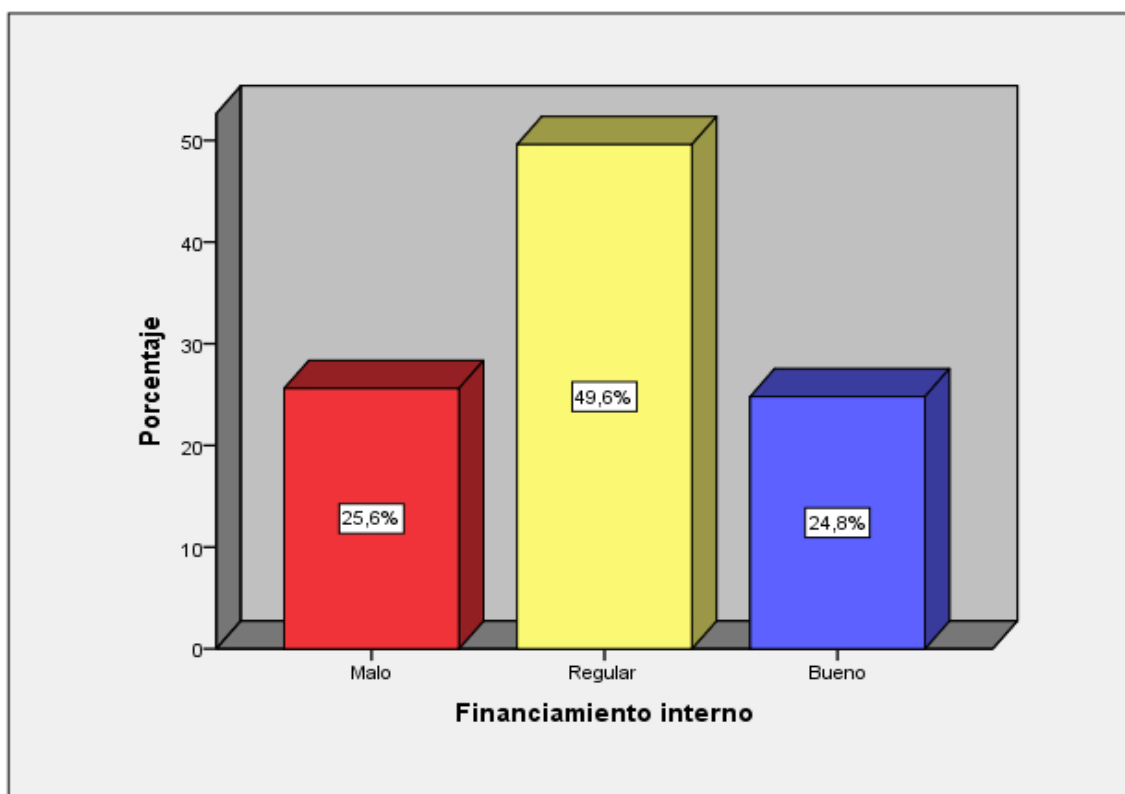


Figura 6 - Distribución porcentual de la dimensión financiamiento interno.

De la tabla 9 y figura 6 se comprueba el 49,6% de los encuestados de una empresa de confecciones textiles de SJL manifiestan que el financiamiento interno es regular, el 25,6% de los encuestados dicen es malo y el 24,8% de los encuestados manifiestan que es bueno.

Tabla 10 - Distribución de frecuencias en la dimensión financiamiento externo.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	36	28,8%
	Regular	56	44,8%
	Bueno	33	26,4%
	Total	125	100%

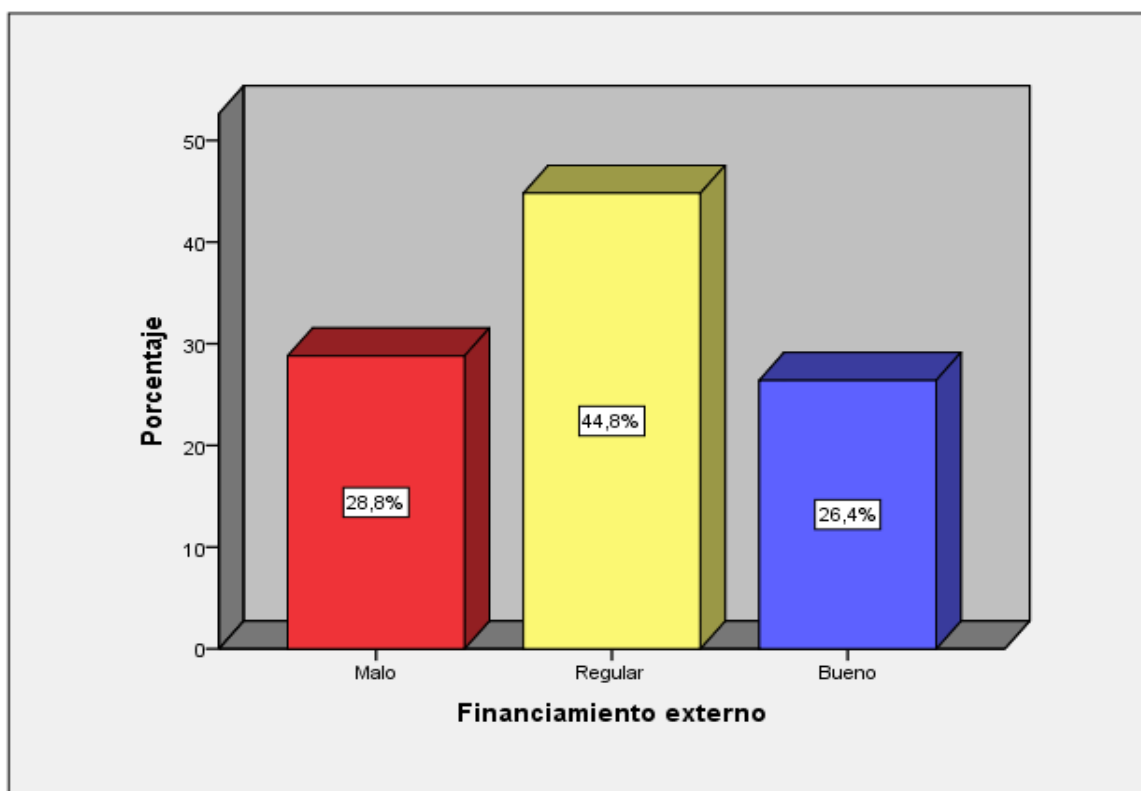


Figura 7 - Distribución porcentual en la dimensión financiamiento externo.

De la tabla 10 y figura 7, se comprueba 44,8% de los encuestados de una empresa de confecciones textiles de SJL señalan que el financiamiento externo es regular, el 28,8% de los entrevistados opinan que el financiamiento externo es malo y el 26,4% de los encuestados dicen que es bueno.

Tabla 11 - Distribución de frecuencias en la dimensión condiciones de financiamiento.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	20	16%
	Regular	65	52%
	Bueno	40	32%
	Total	125	100%

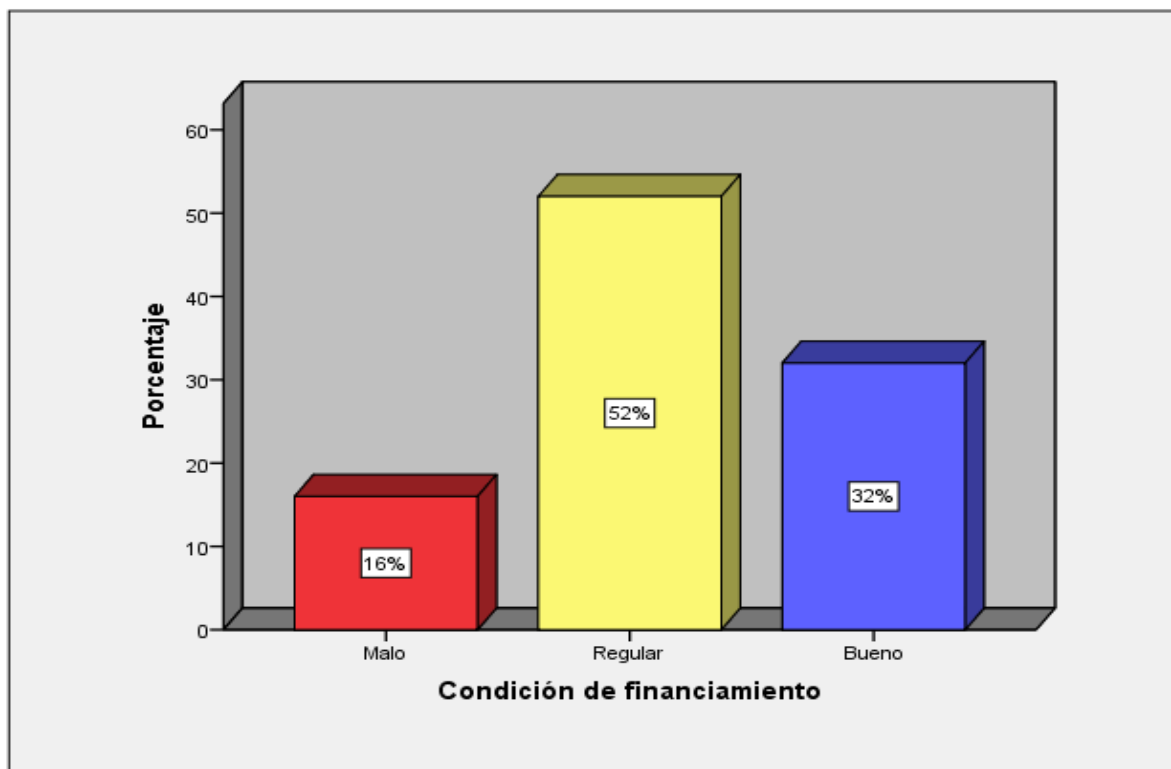


Figura 8 - Distribución porcentual en la dimensión condición de financiamiento.

De la tabla 11 y figura 8, se comprueba el 52% de los encuestados de una empresa de confecciones textiles de SJL manifiestan que las condiciones de financiamiento es regular, el 32% de los encuestados dicen que las condiciones de financiamiento son buenas y el 16% de los encuestados opinan que es malo.

Tabla 12 - Distribución de frecuencias en la variable competitividad.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	39	31,2%
	Regular	55	44%
	Bueno	31	24,8%
	Total	125	100%

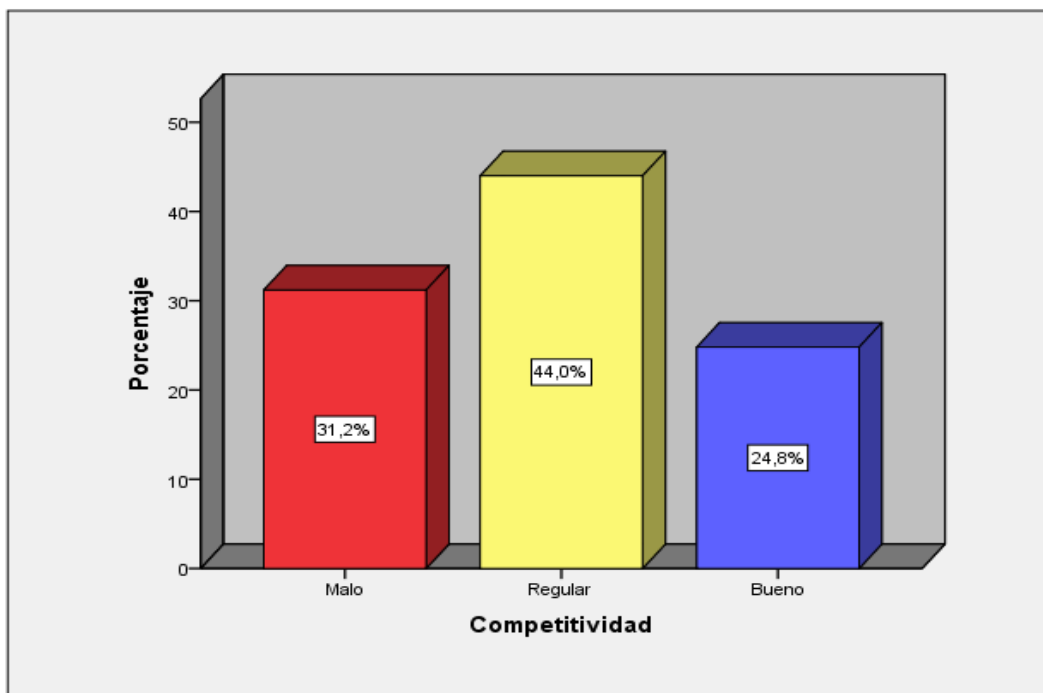


Figura 9 - Distribución porcentual de la variable competitividad.

De la tabla 12 y figura 9, se comprueba que según los entrevistados de una empresa de confecciones textiles de SJL manifiestan el 44% declara que la competitividad es regular, mientras el 31,2% dicen que dicha dimensión es mala y el 24,8% de los encuestados opinan que es bueno.

Tabla 13 - Distribución de frecuencias de la dimensión liderazgo en costos.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	54	43,2%
	Regular	29	23,2%
	Bueno	42	33,6%
	Total	125	100%

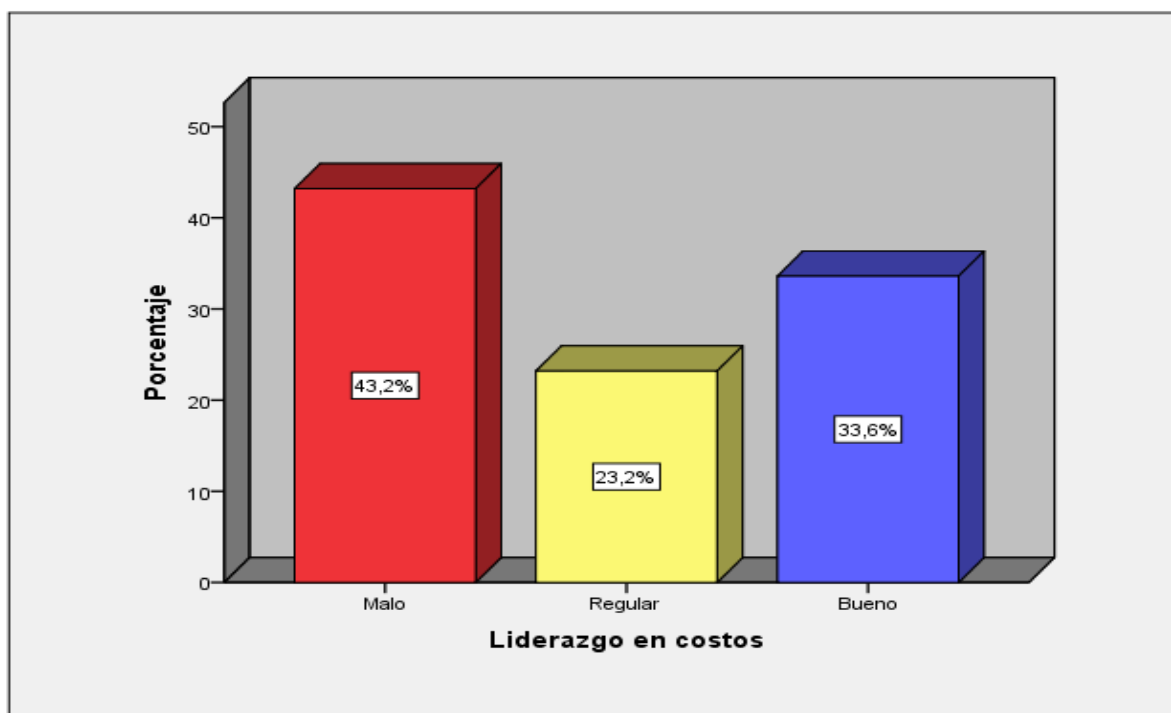


Figura 10 - Distribución porcentual de la dimensión liderazgo en costos

De la tabla 13 y figura 9, se comprueba que según los entrevistados de una empresa de confecciones textiles de SJL el 43,2% manifiestan que el liderazgo en costos es regular, el 33,6% de los encuestados opinan que el liderazgo en costos es bueno y el 23,2% de los encuestados opinan que el liderazgo en costos es regular.

Tabla 14 - Distribución de frecuencias de la dimensión diferenciación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	32	25,6%
	Regular	49	39,2%
	Bueno	44	35,2%
	Total	125	100%

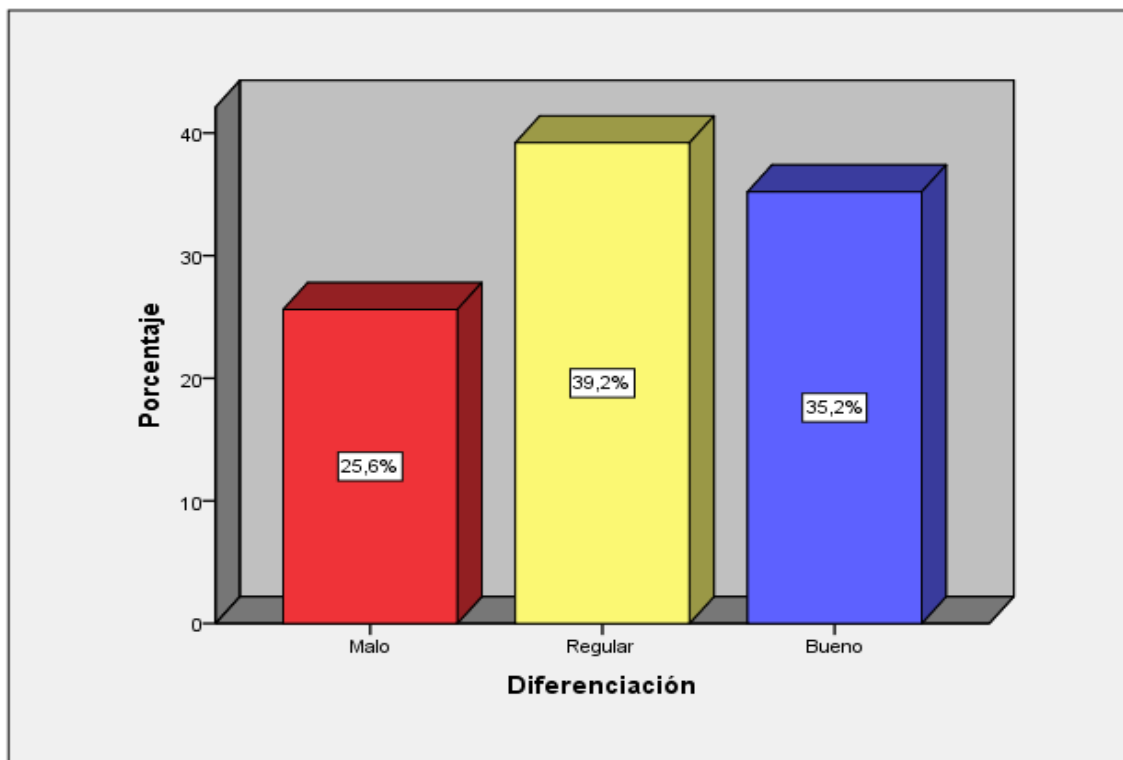


Figura 11 - Distribución porcentual de la dimensión diferenciación.

De la tabla 14 y figura 11, se comprueba que según los entrevistados de una empresa de confecciones textiles de SJL el 39,2% manifiesta que la diferenciación es regular, el 35,2% de los encuestados expresan que la diferenciación es buena y el 25,6% de los encuestados dicen que la diferenciación es mala.

Tabla 15 - Distribución de frecuencias de la dimensión segmentación.

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Malo	33	26,4%
	Regular	40	32%
	Bueno	52	41,6%
	Total	125	100%

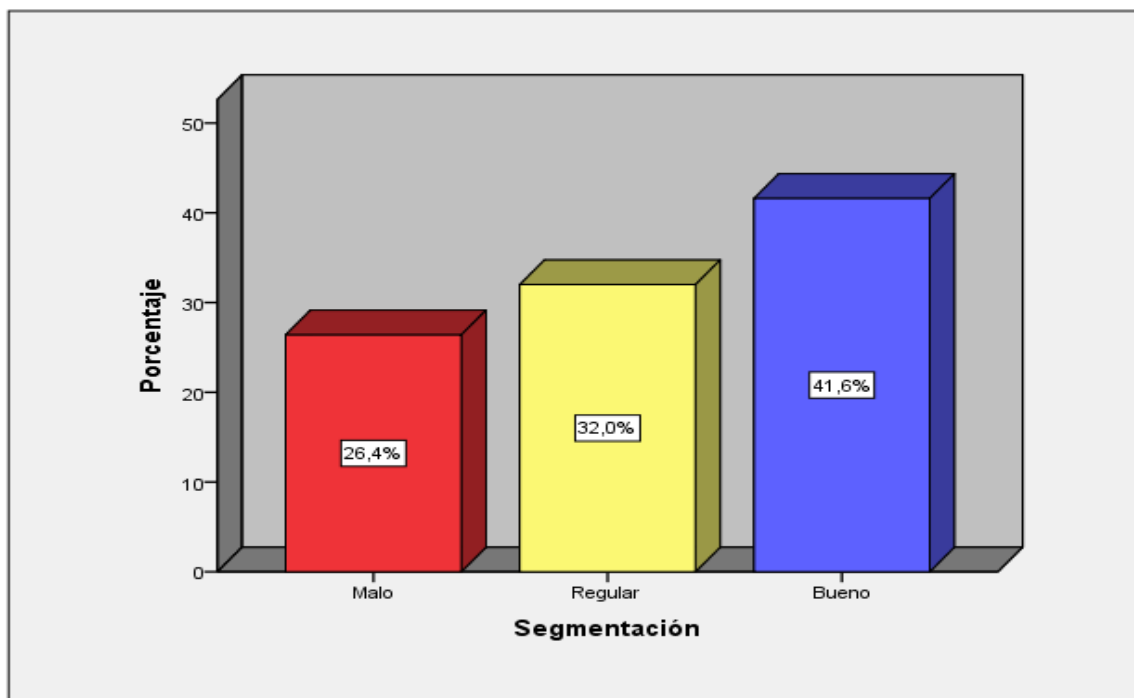


Figura 12 - Distribución porcentual de la dimensión segmentación.

De la tabla 15 y figura 12, se comprueba el 41,6% según los entrevistados de una empresa de confecciones textiles de SJL manifiestan que la segmentación es bueno, el 32% de los encuestados expresa que la segmentación es regular y el 26,4% de los encuestados indican que la segmentación es malo.

Tabla 16 - Tabla cruzada entre las variables administración estratégica y financiamiento

		Financiamiento			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Administración estratégica	Malo	26 20,8%	10 8,0%	0 0,0%	36 28,8%
	Regular	2 1,6%	36 28,8%	15 12,0%	53 42,4%
	Bueno	0 0,0%	19 15,2%	17 13,6%	36 28,8%
Total		28 22,4%	65 52,0%	32 25,6%	125 100,0%

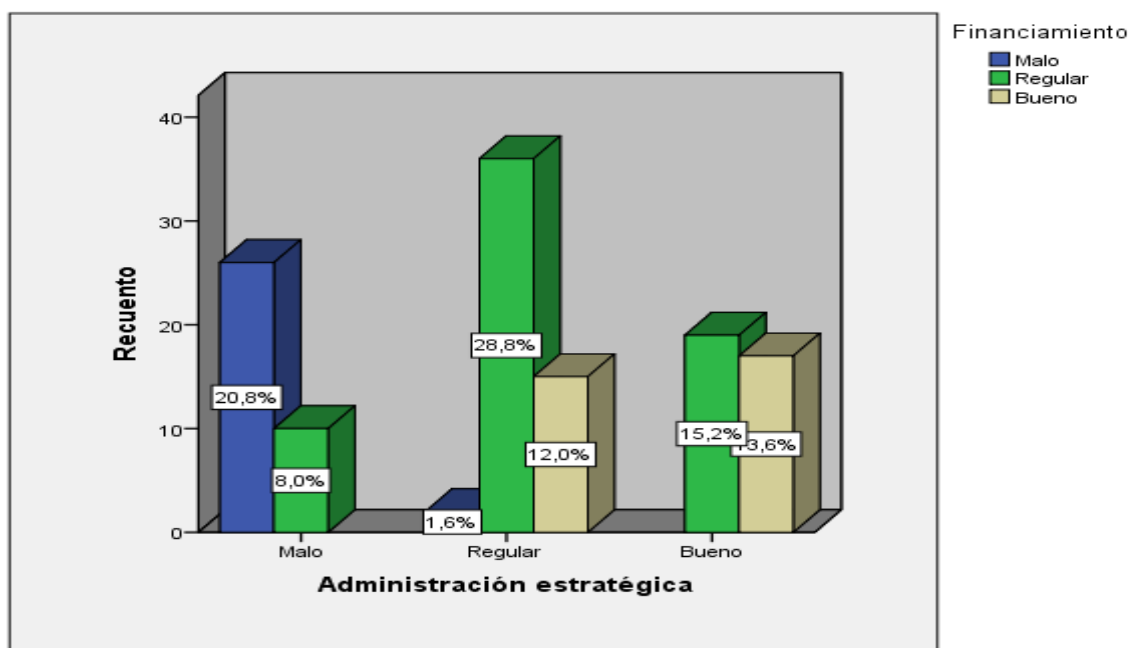


Figura 13 - Comparación porcentual de las variables administración estratégica y financiamiento.

De acuerdo a la tabla 16 y figura 13, del 100% de encuestados, el 13.6% manifestó que el cruce de las variables administración estratégica y financiamiento resultó en un nivel bueno, el 28.8% de los encuestados manifestó que el cruce de las variables administración estratégica y financiamiento es un nivel regular, sin embargo el 20.8% de los entrevistados manifestó que el cruce de las variables administración estratégica y financiamiento es un nivel malo.

Tabla 17 - Tabla cruzada entre las variables administración estratégica y la competitividad.

		Competitividad			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Administración estratégica	Malo	24 19,2%	9 7,2%	3 2,4%	36 28,8%
	Regular	9 7,2%	32 25,6%	12 9,6%	53 42,4%
	Bueno	6 4,8%	14 11,2%	16 12,8%	36 28,8%
Total		39 31,2%	55 44,0%	31 24,8%	125 100,0%

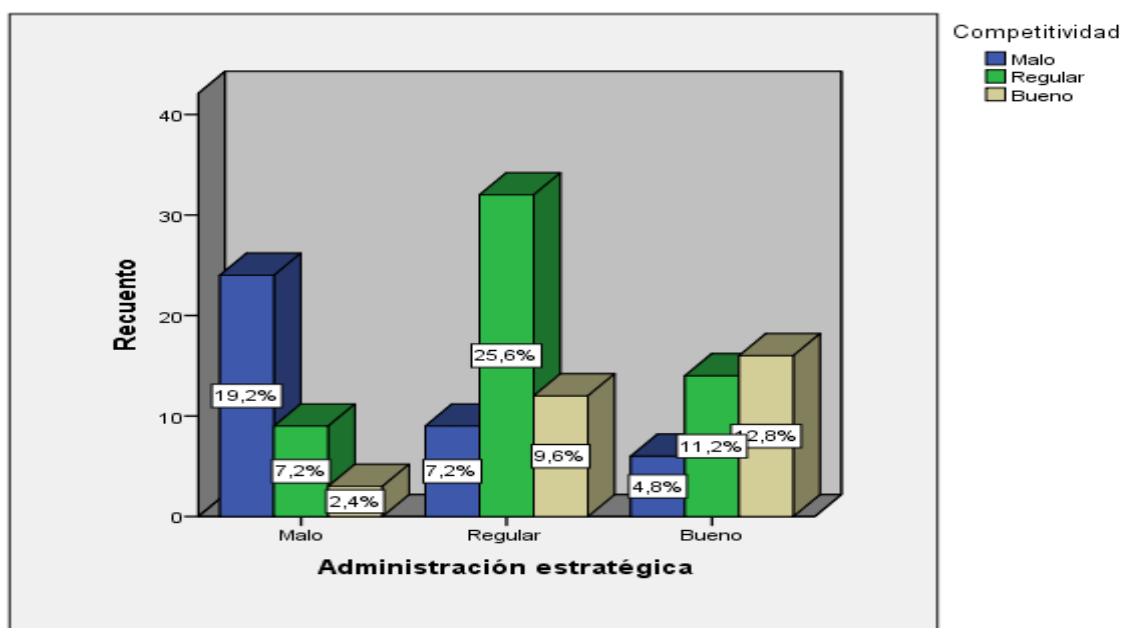


Figura 14 - Comparación porcentual de la administración estratégica y competitividad.

De acuerdo a la tabla 17 y figura 14, del 100% de encuestados, el 12.8% manifestó que el cruce de las variables administración estratégica y competitividad resultó en un nivel bueno, el 25.6% de los encuestados manifestó que el cruce de las variables administración estratégica y competitividad es un nivel regular, sin embargo el 19.2% de los entrevistados manifestó que el cruce de las variables administración estratégica y competitividad es un nivel malo.

Tabla 18 - Tabla cruzada ente la dimensión formulación estratégica y la variable financiamiento

		Financiamiento			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Formulación estrategica	Malo	16 12,8%	17 13,6%	4 3,2%	37 29,6%
	Regular	12 9,6%	31 24,8%	4 3,2%	47 37,6%
	Bueno	0 0,0%	17 13,6%	24 19,2%	41 32,8%
Total		28 22,4%	65 52,0%	32 25,6%	125 100,0%

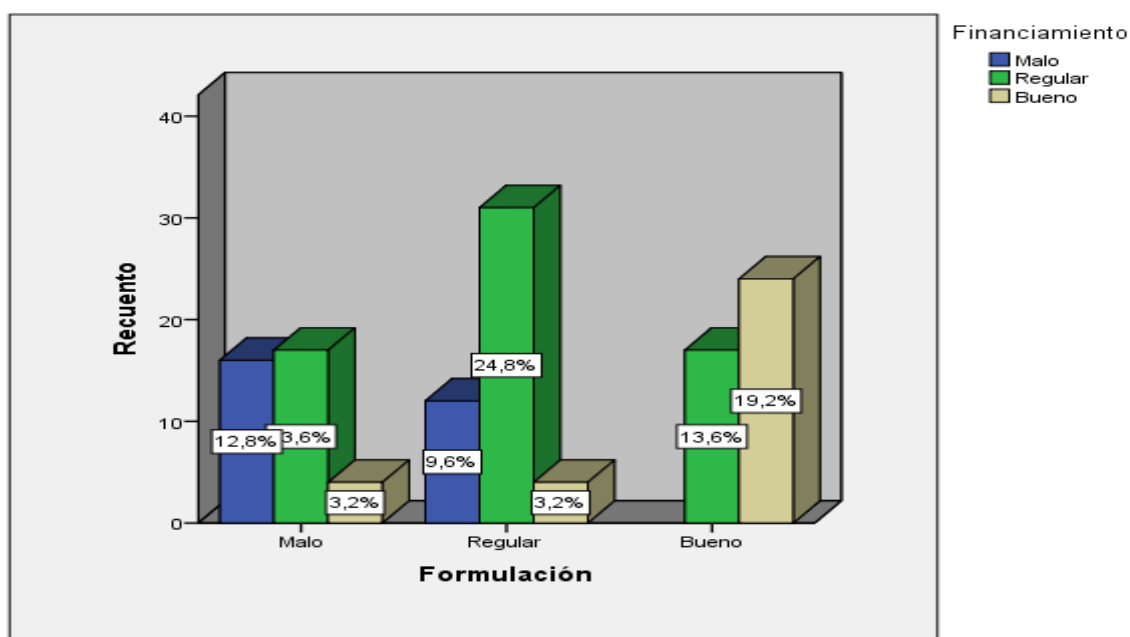


Figura 15 - Comparación porcentual de la formulación y financiamiento.

De acuerdo a la tabla 18 y figura 15, del 100% de encuestados, el 19.2% manifestó que el cruce de la dimensión formulación estratégica y financiamiento resultó en un nivel bueno, el 24.8% de los encuestados manifestó que el cruce de la dimensión formulación estratégica y financiamiento es un nivel regular, sin embargo el 12.8% de los entrevistados manifestó que el cruce de la dimensión formulación estratégica y financiamiento es un nivel malo.

Tabla 19 - Tabla cruzada entre la dimensión implementación estratégica y la variable financiamiento.

		Financiamiento			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Implementación	Malo	24 19,2%	16 12,8%	4 3,2%	44 35,2%
	Regular	4 3,2%	32 25,6%	14 11,2%	50 40,0%
	Bueno	0 0,0%	17 13,6%	14 11,2%	31 24,8%
Total		28 22,4%	65 52,0%	32 25,6%	125 100,0%

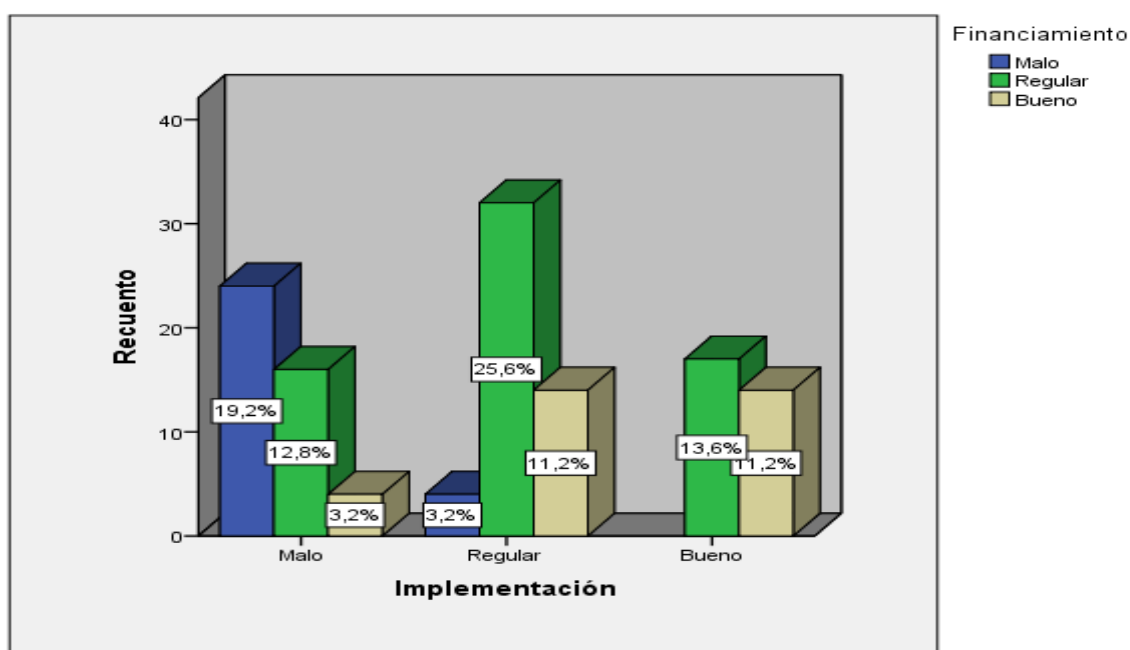


Figura 16 - Comparación porcentual de la implementación y el financiamiento.

De acuerdo a la tabla 19 y figura 16, del 100% de encuestados, el 11.2% manifestó que el cruce de la dimensión implementación estratégica y la variable financiamiento resultó en un nivel bueno, el 25.6% de los encuestados manifestó que el cruce de la dimensión implementación estratégica y la variable financiamiento es un nivel regular, sin embargo el 19.2% de los entrevistados manifestó que el cruce de la dimensión implementación estratégica y la variable financiamiento es un nivel malo.

Tabla 20 - Tabla cruzada entre la dimensión evaluación y la variable financiamiento.

		Financiamiento			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Evaluación	Malo	20 16,0%	8 6,4%	0 0,0%	28 22,4%
	Regular	8 6,4%	33 26,4%	4 3,2%	45 36,0%
	Bueno	0 0,0%	24 19,2%	28 22,4%	52 41,6%
Total		28 22,4%	65 52,0%	32 25,6%	125 100,0%

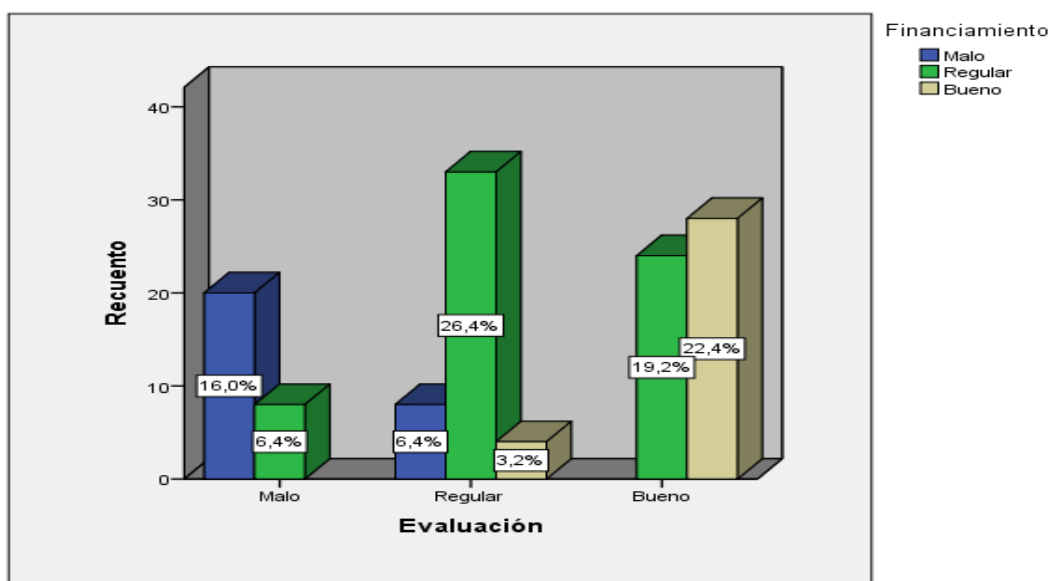


Figura 17 - Comparación porcentual de la evaluación y el financiamiento.

De acuerdo a la tabla 20 y figura 17, del 100% de encuestados, el 22.4% manifestó que el cruce de la dimensión evaluación y la variable financiamiento resultó en un nivel bueno, el 26.4% de los entrevistados manifestó que el cruce de la dimensión evaluación y la variable financiamiento es un nivel regular, sin embargo el 16.0% de los entrevistados manifestó que el cruce de la dimensión evaluación y la variable financiamiento es un nivel malo.

Tabla 21 - Tabla cruzada entre la dimensión formulación estratégica y la variable competitividad

		Competitividad			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Formulación	Malo	25 20,0%	8 6,4%	4 3,2%	37 29,6%
	Regular	10 8,0%	30 24,0%	7 5,6%	47 37,6%
	Bueno	4 3,2%	17 13,6%	20 16,0%	41 32,8%
Total		39 31,2%	55 44,0%	31 24,8%	125 100,0%

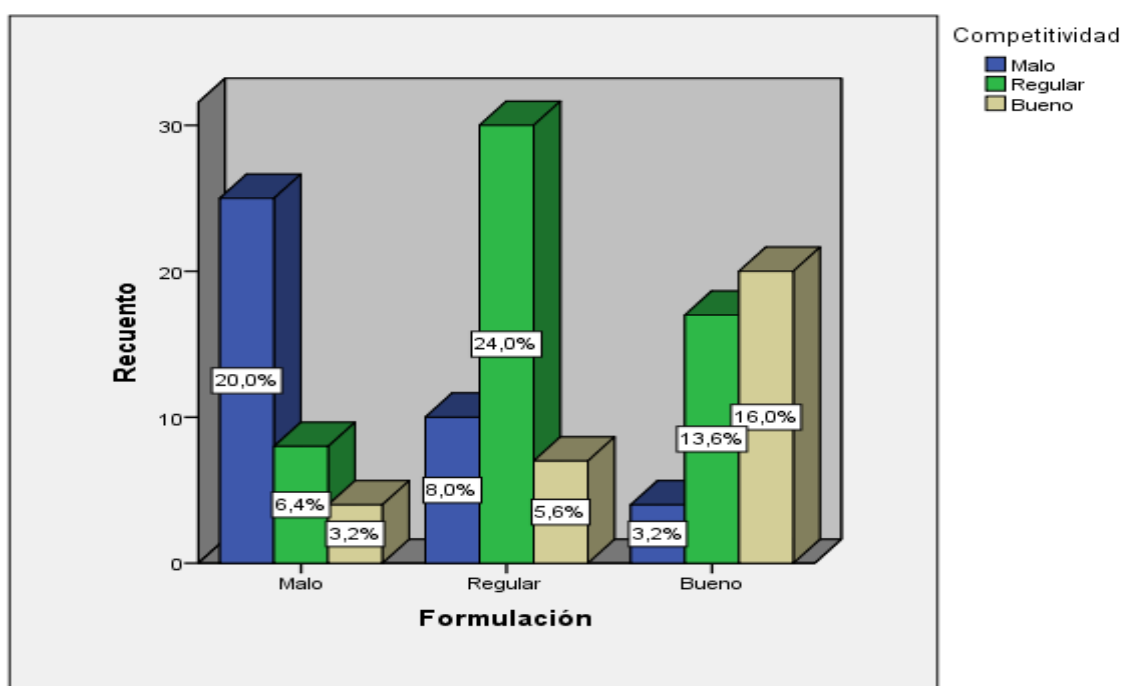


Figura 18 - Comparación porcentual de la formulación y competitividad.

De acuerdo a la tabla 21 y figura 18, del 100% de encuestados, el 16.0 % manifestó que el cruce de la dimensión formulación estratégica y la variable competitividad resultó en un nivel bueno, el 24.0 % de los encuestados manifestó que el cruce de la dimensión formulación estratégica y competitividad es un nivel regular, sin embargo el 20.0 % de los encuestados manifestó que el cruce de la dimensión formulación estratégica y la variable competitividad es un nivel malo.

Tabla 22 - Tabla cruzada entre la dimensión implementación estratégica y la variable competitividad.

		Competitividad			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Implementación	Malo	26 20,8%	15 12,0%	3 2,4%	44 35,2%
	Regular	10 8,0%	29 23,2%	11 8,8%	50 40,0%
	Bueno	3 2,4%	11 8,8%	17 13,6%	31 24,8%
Total		39 31,2%	55 44,0%	31 24,8%	125 100,0%

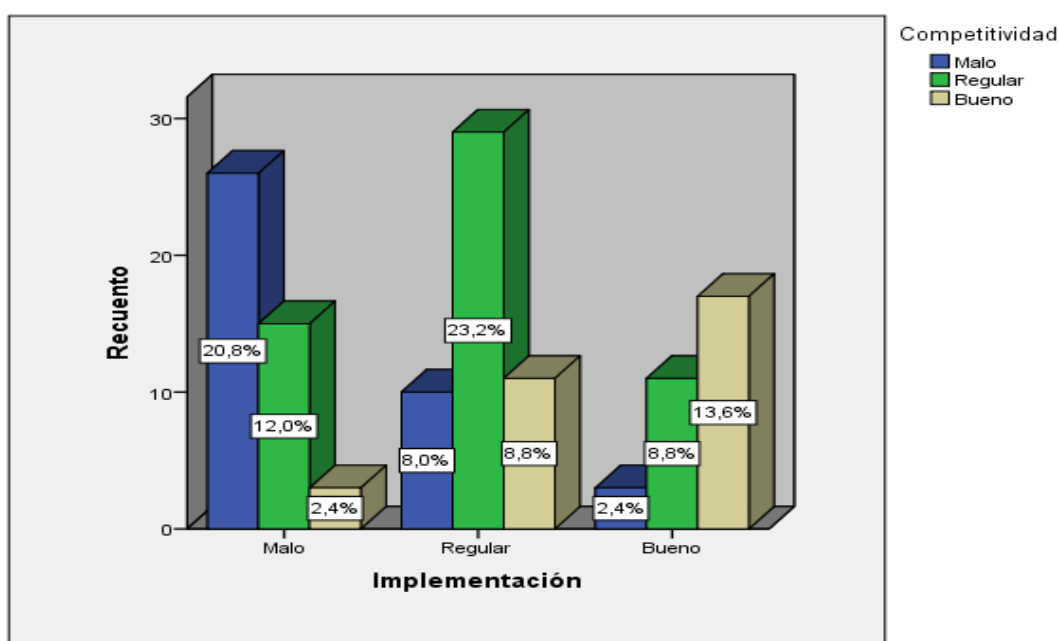


Figura 19. Comparación porcentual de la formulación y competitividad.

De acuerdo a la tabla 22 y figura 19, del 100% de encuestados, el 13.6% manifestó que el cruce de la dimensión implementación estratégica y la variable competitividad resultó en un nivel bueno, el 23.2% de los encuestados manifestó que el cruce de la dimensión implementación estratégica y la variable competitividad es un nivel regular, sin embargo el 20.8% de los entrevistados manifestó que el cruce de la dimensión implementación estratégica y la variable competitividad es un nivel malo.

Tabla 23. Tabla cruzada entre la dimensión evaluación y la variable competitividad

		Competitividad			Total
		Malo	Regular	Bueno	
Evaluación	Malo	20 16,0%	8 6,4%	0 0,0%	28 22,4%
	Regular	13 10,4%	24 19,2%	8 6,4%	45 36,0%
	Bueno	6 4,8%	23 18,4%	23 18,4%	52 41,6%
Total		39 31,2%	55 44,0%	31 24,8%	125 100,0%

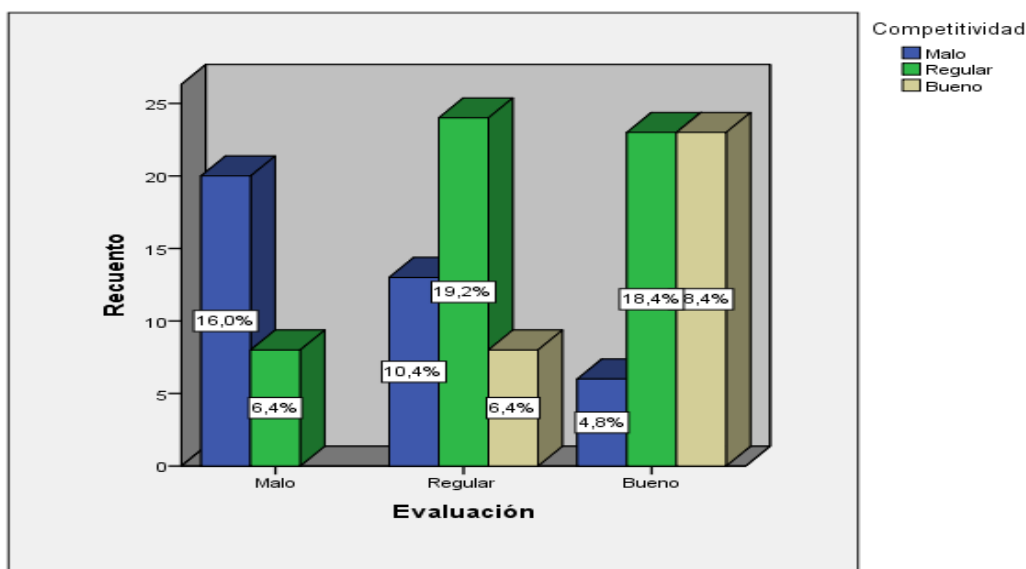


Figura 20 - Comparación porcentual de la evaluación y competitividad.

De acuerdo a la tabla 23 y figura 20, del 100% de encuestados, el 18.4% manifestó que el cruce de la dimensión evaluación y la variable competitividad resultó en un nivel bueno, el 19.2% de los entrevistados manifestó que el cruce de la dimensión evaluación y la variable competitividad es un nivel regular, sin embargo el 16.0% de los entrevistados manifestó que el cruce de la dimensión evaluación y la variable competitividad es un nivel malo.

4.2 Prueba de normalidad

Ha La orientación de los datos de las variables administración estratégica, financiamiento y competitividad no siguen una distribución normal.

Ho La orientación de los datos de las variables administración estratégica, financiamiento y competitividad siguen una distribución normal.

Tabla 24 - Prueba de distribución de datos de las variables Administración estratégica, financiamiento y competitividad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Administración estratégica	,119	125	,000	,951	125	,000
Financiamiento	,100	125	,004	,967	125	,004
Competitividad	,114	125	,000	,940	125	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Si valor $p > 0.05$ Los datos siguen una distribución normal

Si valor $p < 0.05$ Los datos no siguen una distribución normal

De acuerdo con la prueba de Kolmogorov-Smirnova, el valor de $p = ,000$, en consecuencia se acepta la H_a y se rechaza la H_o . Por lo tanto la distribución de datos en ambas variables no siguen una distribución normal, lo que revela que para el estudio de la data se utilizó el estadígrafo del Rho de Spearman para analizar muestras no paramétricas en las hipótesis planteadas y evaluar el nivel de correlación entre las variables y dimensiones de la investigación.

4.3 Análisis inferencial

Tabla 25 Niveles de correlación bilateral

Rango	Relación
0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Tomado de la revista científica Movimiento Científico, 8(1), p.100. Mondragón, M. (2014).

Hipótesis general

H_a: Existe relación entre la administración estratégica, financiamiento y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL

H₀: No existe relación entre la administración estratégica, financiamiento y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL

Tabla 26 - Correlación entre la administración estratégica, financiamiento y la competitividad.

		Administra ción estratégica	Financiami ento	Competitivi dad	
Rho de Spearman	Administración estratégica	Coeficiente de correlación	1,000	,769**	,671**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000
		N	125	125	125
	Financiamiento	Coeficiente de correlación	,769**	1,000	,556**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000
		N	125	125	125
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,671**	,556**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.
		N	125	125	125

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

De la tabla 22, se encontró que la relación entre las variables administración estratégica y financiamiento es significativa al nivel de 0,769 positivo; en consecuencia, se puede inducir que existe correlación positiva significativa entre

las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; es decir se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor injerencia de la administración estratégica mayor será la posibilidad de conseguir financiamiento en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

También se manifestó que la relación entre las variables administración estratégica y competitividad es significativa al nivel de 0,671 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación entre las variables de estudio, manifestando una curva de tendencia positiva; en consecuencia, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, que a mayor injerencia de la administración estratégica mayor será la competitividad, en beneficio de las empresas de confecciones textiles del distrito.

Hipótesis específica 1

H_a: Existe relación entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL.

H₀: No existe relación entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL.

Tabla 27 - Correlación entre la formulación y financiamiento.

			Formulación	Financiamiento
Rho de Spearman	Formulación	Coeficiente de correlación	1,000	,672**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	125	125
	Financiamiento	Coeficiente de correlación	,672**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	125	125

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

Según la tabla 23, se encontró que la relación entre la dimensión formulación estratégica y la variable financiamiento es positiva y moderada al nivel de 0,672 positivo; en consecuencia, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; es decir

se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor injerencia de la formulación estratégica, mayor será la opción de acceder a financiamiento, en beneficio de las empresas de confecciones textiles del distrito.

El valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. Por lo tanto, se acepta la H_a y se descarta la H_o y se establece que existe una correlación positiva moderada entre ambas.

Hipótesis específica 2

H_a : Existe relación entre la implementación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL.

H_o : No existe relación entre la implementación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL.

Tabla 28 - Correlación entre la implementación estratégica y el financiamiento.

			Implementación	Financiamiento
Rho de Spearman	Implementación	Coefficiente de correlación	1,000	,579**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	125	125
	Financiamiento	Coefficiente de correlación	,579**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	125	125

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

Según la tabla 24, se encontró que relación entre la dimensión implementación estratégica y la variable financiamiento el valor de la correlación es 0,579 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. Por lo tanto, se acepta la H_a y se descarta la H_o y se establece que existe una correlación positiva moderada entre ambas, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

Hipótesis específica 3

H_a: Existe relación entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL

H_o: No existe relación entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL

Tabla 29 - Correlación entre la evaluación y el financiamiento.

			Evaluación	Financiamiento
Rho de Spearman	Evaluación	Coeficiente de correlación	1,000	,840**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	125	125
	Financiamiento	Coeficiente de correlación	,840**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	125	125

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

Según la tabla 25, se encontró que relación entre la dimensión evaluación y la variable financiamiento el valor de correlación es 0,840 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. En consecuencia, se acepta la H_a y se descarta la H_o y se establece que existe una correlación positiva alta, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

Hipótesis específica 4

H_a: Existe relación entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL

H_o: No existe relación entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL

Tabla 30 - Correlación entre la formulación estratégica y la competitividad.

			Formulación	Competitividad
--	--	--	-------------	----------------

Rho de Spearman	Formulación	Coeficiente de correlación	1,000	,610**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	125	125
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,610**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	125	125

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

Según la tabla 26, se encontró que relación entre la dimensión formulación estratégica y la variable competitividad el valor de la correlación es 0,610 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. En consecuencia, se acepta la H_a y se descarta la H_o y se establece que existe una correlación positiva moderada entre ambas, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL

Hipótesis específica 5

H_a : Existe relación entre la implementación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL

H_o : No existe relación entre la implementación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL

Tabla 31 - Correlación entre la implementación estratégica y la competitividad.

			Implementación	Competitividad
Rho de Spearman	Implementación	Coeficiente de correlación	1,000	,570**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	125	125
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,570**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	125	125

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

Según la tabla 27, se encontró que relación entre la dimensión implementación estratégica y la variable competitividad el valor de la correlación es 0,570 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. Por lo tanto, se acepta la H_a y se descarta la H_o y se establece que existe una correlación positiva moderada entre ambas, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

Hipótesis específica 6

H_a: Existe relación entre la evaluación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL

H_o: No existe relación entre la evaluación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL

Tabla 32 - Correlación entre la evaluación estratégica y la competitividad.

		Evaluación	Competitividad
Rho de Spearman	Evaluación	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,625**
		N	125
Competitividad	Competitividad	Coefficiente de correlación	,625**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	125

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

Según la tabla 27, se encontró que relación entre la dimensión evaluación y la variable competitividad el valor de correlación es 0,625 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. Por lo tanto, se acepta la H_a y se descarta la H_o y se establece que existe una correlación positiva moderada entre ambas, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

V. DISCUSIÓN

La presente investigación es de alcance correlacional, se planteó como objetivo determinar si existe relación entre la administración estratégica, financiamiento y competitividad que formaron parte de la muestra de estudio. En esa misma línea también se buscó determinar si existe relación en cuanto a cada una de las dimensiones de las variables de estudio en una empresa de confecciones textiles de SJL.

En relación a la hipótesis general planteada, es decir, si existe o no relación significativa entre la administración estratégica, financiamiento y competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, los resultados obtenidos dejan evidencia de que si existe correlación entre las variables. En el caso de la administración estratégica y el financiamiento la correlación es significativa al nivel de $0,754$ positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable alta. En el caso de la variable administración estratégica y competitividad es significativa al nivel de $0,671$ positivo; por lo tanto, se puede inducir también que existe correlación positiva moderada. En ambos casos se puede deducir que la relación es directamente proporcional; por lo tanto, a mayor administración estratégica mayor será la influencia en lograr financiamiento y mayor será la competitividad, dichos resultados se relacionan con lo expresado por el teórico Koontz (2004), que describe que la administración estratégica, son etapas para lograr articular los objetivos de corto y largo plazo. La administración estratégica evalúa la visión, la misión, los objetivos, la estrategia y los enfoques implementados en la empresa.

En consecuencia, son diversas etapas que constantemente se van retroalimentando, y no un acontecimiento con inicio y fin, según lo planteado por los autores. Los procesos de la Administración Estratégica que se implementan en compañías con y sin fines de lucro y tienen diversos procesos las cuales deben estar relacionadas; esta base la componen tres etapas: la actitud estratégica, el pensamiento o enfoque estratégico y la intención estratégica.

Los resultados hallados son similares a lo expuesto por Serrato (2019), quien en sus investigación aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en

Colombia, en el presente artículo se investigó que el diseño de esta investigación posee como intención analizar los conocimientos de planeación estratégica y contabilidad gerencial, examinados desde un escenario ubicado en la gestión administrativa y financiera dentro de las empresas, se halló la elaboración de modelos para la planeación (desarrollados por Porter, y por Kaplan y Norton) que generan incidencia como herramientas completas en la sostenibilidad y el desarrollo de las empresas. Por lo tanto, podemos concluir en la importancia que tienen la planificación estratégica, en la elección de alternativas eficientes y en la estabilidad y desarrollo de las organizaciones.

En cuanto a la primera hipótesis específica, es decir, existe o no relación entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL, los cálculos conseguidos fueron que si existe correlación la cual es significativa al nivel de 0,672 positivo; en consecuencia, se puede inducir que la correlación es positiva media entre las variables de estudio.

Los resultados hallados son similares a lo expuesto por Sandoval (2018) en su tesis Dificultades financieras que las pymes atraviesan para la obtención de financiamiento en Lima-Metropolitana, Tesis para optar el grado académico de magister en finanzas en la UNFV, el objetivo del presente trabajo es analizar los factores que limitan a las PYMES de Lima en obtener financiamiento que brindan las instituciones bancarias. Se concluyó que hay problemas para calificar a préstamos, dado que la mitad de los solicitantes no accede a ella al no tener la capacidad de presentar los requerimientos, destaca que el 33.33 % de las Pymes evaluadas son formales de acuerdo a las leyes, ordenanzas municipales, empleados con beneficios sociales y cuentan con Registro Único de Contribuyente (RUC) habilitado, la carencia de coordinación entre las microempresas, la grande empresa y el Gobierno de turno, representan perjuicios en el sector microempresarial. Por último, con los hallazgos realizados serán favorables para contribuir con conocimientos en harás de mejorar la planificación y la gestión de las diversas dificultades que afrontan la pequeña empresa y la mediana empresa.

La segunda hipótesis específica busco saber si existe o no relación entre la implementación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones

textiles de SJL, el resultado obtenido mediante el estadígrafo Rho Spearman fue de 0.579, es decir, cuanto la administración estratégica realiza la implementación de objetivos, políticas, motivación del personal y dispone de un presupuesto contribuye dando mayores ventajas o respaldo a las empresas frente a un mercado cada vez más competitivo, entonces mayores serán sus beneficios al poner en práctica la implantación de la administración estratégica.

Contrastando los resultados de esta segunda hipótesis con lo expuesto por Saavedra & Camarena (2017) en La Gestión Financiera de las PYME en la Ciudad de México y su relación de la competitividad. Contaduría Universidad de Antioquia, la intención de este trabajo radicó en determinar cuál es la relación entre la Gestión Financiera y la competitividad. Se ejecutaron los cálculos estadísticos de correlación mediante la técnica de Chi cuadrada. Los descubrimientos evidencian que la pequeña empresa y la mediana empresa consiguen un cuarenta por ciento de competitividad en el Dpto. de Gestión Financiera, se halló, que el Dpto. de Gestión Financiera en la pequeña empresa y la mediana empresa está relacionada con la competitividad global de las compañías; Por lo tanto, se finiquita que la gestión financiera en la pequeña empresa y la mediana empresa está relacionada con la competitividad total de las compañías; si la empresa es pequeña, su grado de competitividad es de mayor dependencia de los elementos de la Gestión Financiera.

La tercera hipótesis busca saber si existe o no relación entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL. El resultado fue que, si existe relación siendo esta significativa al nivel de 0,840 positivo; por lo que puede decirse que existe correlación positiva considerable entre la dimensión evaluación y la variable financiamiento. Este resultado manifiesta una curva de tendencia positiva por lo que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor evaluación en la gestión del negocio, mayor responsabilidad se tendrá acceder a financiamiento, en beneficio de una empresa de confecciones textiles de SJL.

Estos resultados se pueden contrastar con los resultados de Serrato (2019), Publicación indexada de Serrato (2019), en Aproximaciones teóricas a la

planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en Colombia, en el presente artículo se investigó que el diseño de esta investigación posee como intención analizar los conocimientos de planeación estratégica y contabilidad gerencial, examinados desde una perspectiva ubicada en la gestión administrativa y financiera circunscritos en las empresas, se halló la elaboración de modelos para la planeación (desarrollados por Porter, y por Kaplan y Norton) que generan incidencia como herramientas completas en la sostenibilidad y el desarrollo de las empresas. Por lo tanto, podemos concluir en la importancia que tienen la planificación estratégica, en la elección de alternativas eficiente y eficaz, y el desarrollo sostenible de las compañías.

La cuarta hipótesis se refiere a que, si existe o no relación significativa entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, los resultados obtenidos fueron que si existe correlación la cual es significativa al nivel de 0,610 positivo; por lo tanto, se puede inducir que la correlación es positiva media entre las variables de estudio, lo cual es indicador de estar frente a una curva con tendencia positiva. Siendo así se dice que es la relación es directamente proporcional; es decir la formulación de las estrategias, establecer la misión, visión, conocer tus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades serán las ventajas para ser competitivos en beneficio de las pequeñas empresas del distrito.

Estos resultados se pueden contrastar con los resultados de Mora, Vera & Melgarejo (2015) en su texto indexado titulado Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá, su objetivo busca establecer la articulación entre la dimensión planificación estratégica y la competitividad en las Mipymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá. En ese sentido, se contextualiza la situación del sector y se analiza su grado de competitividad teniendo como referencia el Mapa de Competitividad del BID. Se utilizó el estudio estadístico, fundado en evaluación de correlación directa y parcial, con lo cual se logró establecer que la planeación estratégica tiene una gran correlación con otras dimensiones de gestión organizacional de las

Mipymes y en su competitividad.

La quinta hipótesis específica busco saber si existe o no relación entre la implementación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, el resultado obtenido mediante el estadígrafo Rho Spearman fue de 0.570 positivo, por lo puede decirse que existe una correlación positiva media, lo que significa estar frente a una relación directamente proporcional; es decir, a mayor implementación de estrategias que viabilice la gestión del negocio, mayor implementación de estrategias serán las ventajas para alcanzar mayor competitividad, en beneficio en una empresa de confecciones textiles de SJL.

Estos resultados se pueden contrastar con los resultados de Aguilera, González, y Rodríguez (2011) en su investigación "Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES. Una evidencia empírica", presentada en la Universidad Autónoma de Aguascalientes y donde tuvieron como objetivo estudiar las variables que tienen relación con el incremento y la competitividad de las compañías pertenecientes a diferentes ramas económicas habiéndose considerado para el análisis las ventas (crecimiento) como elemento dependiente, y seis variables que identifiquen su competitividad. Esas variables son: la inversión en difusión, la calidad, el personal que dispone, la utilización de las Tics, el nivel de automatización de la empresa, y la constante innovación.

Las teorías en que se apoyaron fueron: Andrews (1998) quien sostenía que las estrategias son un conjunto básico de decisiones que determinan los objetivos y metas los que llevan a las empresas a formular sus planes y donde los factores económicos y humanos son también tomados en consideración como elementos que darán beneficios a los accionistas y la comunidad quienes en términos generales señalaban que la competitividad básicamente es poseer la destreza para identificar y utilizar eficientemente el capital, talento humano y los activos, y de la forma en que están alertas para recibir y reaccionar ante la información que vienen del entorno. Los resultados indican que hubo una correspondencia entre las variables alcanzando el 95% de confianza. El

estadístico R2 indico que el modelo que practicaron explica un 91,782% que la implementación de estrategias gerenciales permite mejorar la gestión y control, estos elementos contribuyen a las empresas elevar su competitividad y añadir mayor valor.

En referencia a la sexta hipótesis se busca saber si existe o no relación entre la evaluación y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de S.J.L. Se encontró que la relación si es significativa al nivel de 0,625 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Por lo que se pudo deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor evaluación para viabilizar la gestión del negocio, mayores serán las ventajas para la competitividad, en beneficio de la empresa de confecciones textiles de S.J.L.

Estos resultados se pueden contrastar con los resultados de Leyva, Cavazos, & Espejal (2019) en su obra Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas. Las empresas contemporáneas se desarrollan en un escenario de incertidumbre, lo que les exige tener la preparación para gestionar en escenarios cambiantes para conseguir sus metas y objetivos para alcanzar competitividad empresarial; las PYMES por su estructura particular compiten con desventaja ante las grandes empresas. El objetivo de la tesis fue cuantificar la relación de la Planeación Estratégica y las Habilidades Gerenciales como elementos al interior de la compañía que inciden en la Competitividad de las pequeñas y medianas empresas de Hermosillo.

Se realizó una investigación mixta, en la etapa inicial se analizó con un panel de expertos (método Delphi), a fin de validar a través de las opiniones de los expertos y, la siguiente etapa fue una evaluación estadística con modelos ecuaciones estructurales PLS. Los cálculos revelan que la planeación estratégica y las habilidades gerenciales como factores internos de la pequeña empresa y la mediana empresa influyen en la competitividad empresarial.

VI. CONCLUSIONES

El escenario actual exige formular diversas estrategias, acceso a recursos financieros, sistematización, inversión en capital humano, innovación entre otros, lo cual nos permitirá ser competitivos en el mercado nacional e internacional, en ese contexto los resultados obtenidos en la presente investigación de alcance Correlacional, de acuerdo a la información que ha sido recopilada en función de las variables de estudio, se planteó como objetivo general determinar la relación entre la administración estratégica, financiamiento y competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, los resultados demuestran que la relación entre las variables administración estratégica y financiamiento es significativa al nivel de 0,769 positivo; en consecuencia, se puede inducir que existe correlación positiva considerable entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva y una relación es directamente proporcional. También se manifestó que la relación entre las variables administración estratégica y competitividad es significativa al nivel de 0,671 positivo; en consecuencia, se puede inducir que existe correlación entre las variables de estudio, por lo tanto, se establece que existe una relación directamente proporcional; se evidencia, que a mayor injerencia de la administración estratégica mayor será la competitividad, en beneficio de las empresas de confecciones textiles del distrito.

En cuanto al primer objetivo específico, se planteó determinar la relación que existe entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL, Los resultados demuestran que se halló que la relación entre la dimensión formulación estratégica y la variable financiamiento es positiva y moderada al nivel de 0,672 positivo; en consecuencia, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; es decir, a mayor injerencia de la formulación estratégica, mayor será la opción de acceder a financiamiento, en beneficio de las empresas de confecciones textiles del distrito. El valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. En consecuencia, se acepta la H_a y se descarta la H_o y se comprueba que existe una correlación positiva moderada entre ambas.

En cuanto al segundo objetivo específico, se planteó determinar la relación

que existe entre la implementación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL, los resultados demuestran qué relación entre la dimensión implementación estratégica y la variable financiamiento el valor de la correlación es 0,579 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. En consecuencia, se acepta la H_a y se descarta la H_0 y se comprueba que existe una correlación positiva moderada entre ambas, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

En cuanto al tercer objetivo específico, se planteó determinar la relación que existe entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles de SJL, los resultados demuestran que relación entre la dimensión evaluación y la variable financiamiento el valor de correlación es 0,840 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. En consecuencia, se acepta la H_a y se rechaza la H_0 y se comprueba que existe una correlación positiva alta entre ambas, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

En cuanto al cuarto objetivo específico, se planteó determinar la relación que existe entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, los resultados demuestran que la relación entre la dimensión formulación estratégica y la variable competitividad el valor de la correlación es 0,610 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. En consecuencia, se acepta la H_a y se descarta la H_0 y se comprueba que existe una correlación positiva moderada entre ambas, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

En cuanto al quinto objetivo específico, se planteó Determinar la relación que existe entre la implementación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, los resultados demuestran que relación entre la dimensión implementación estratégica y la variable competitividad el valor de la correlación es 0,570 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. En consecuencia, se acepta la H_a y se descarta la H_0 y se comprueba que existe una correlación positiva moderada entre ambas, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

En cuanto al sexto objetivo específico, se planteó determinar la relación que

existe entre la evaluación y la competitividad en una empresa de confecciones textiles de SJL, los resultados demuestran que relación entre la dimensión evaluación y la variable competitividad el valor de correlación es 0,625 y cuyo valor de $p = 0,000$ menor al valor de $\alpha = 0,05$. En consecuencia, se acepta la H_a y se descarta la H_0 y se comprueba que existe una correlación positiva moderada entre ambas, en beneficio de las empresas de confecciones textiles de SJL.

VII. RECOMENDACIONES

Respecto al objetivo general y los objetivos específicos desarrollados en el trabajo de investigación las recomendaciones propuestas son las siguientes:

Sobre el objetivo general la empresa de confecciones textiles deberá desarrollar e implementar la administración estratégica para planificar las metas y objetivos de la empresa, acceder a mayores recursos financieros, establecer una filosofía de mejora continua para ser competidos en el mercado nacional e internacional. En este contexto el equipo de docentes de la Universidad Cesar Vallejo a través de la oficina de extensión y proyección social debe desarrollar una capacitación y asesoría integral permanente a los empresarios de las Pymes en el Distrito de San Juan de Lurigancho sobre las diversas herramientas para que formulen y ejecuten sus estrategias empresariales con el objetivo de ser competitivos.

Debemos establecer convenios Universidad y empresa para desarrollar talleres, seminarios, diplomados, especializados, en diversas especialidades para desarrollar una cultura empresarial los cuales deberán ser realizados y dirigidos por los alumnos de los últimos ciclos, los egresados y el equipo de docentes de las diversas carreras profesionales.

Respecto al primer objetivo específico, en el proceso de la formulación estratégica debe involucrar a todos los directivos de las diversas áreas para planificar la misión y visión de la empresa conociendo objetivamente los factores internos y los factores externos de la empresa, el impacto de la pandemia a nivel mundial, la recesión económica en el escenario global, la formulación objetiva será una herramienta para gestionar y generar los recursos económicos y financieros en la empresa.

En cuanto al segundo objetivo específico, debe implementar las estrategias previa sensibilización a todos los colaboradores, motivar a los trabajadores, reconocimiento al trabajador, trabajar en equipo, para juntos lograr los objetivos planificados.

En cuanto al tercer objetivo específico, se debe programar la evaluación permanente, antes, durante y después, debemos evaluar y medir los resultados en costos, procesos de producción, ventas, el control de estas variables permitirá garantizar los recursos financieros en la empresa.

En cuanto al cuarto objetivo específico, debe formular las estrategias con eficiencia, cumplir la misión y visión de la empresa, mejorar la productividad, innovación y desarrollo del producto, invertir en tecnología estos elementos permiten el desarrollo y la competitividad de los negocios y emprendimientos.

En cuanto al quinto objetivo específico, para la implementación estratégica eficiente debemos establecer los objetivos y las políticas en la compañía para favorecer la atención al cliente, campañas de promoción, moda de vanguardia, productos innovadores con estos elementos podremos contribuir a ser una empresa competitiva en el mercado.

En cuanto al sexto objetivo específico, se debe planificar la evaluación y medir los resultados constantemente, se debe realizar investigación de mercado para evaluar la segmentación del mercado, evaluar nuestros clientes potenciales según sus ingresos, edad, sexo, entre otros, debemos innovar estos elementos contribuyen al desarrollo de la compañía y los emprendimientos

REFERENCIAS

- Aguilera, L. , & Gónzales, M. (2011). *Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES. Una evidencia empírica*. Obtenido de Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes:
https://www.researchgate.net/publication/237038735_Estrategias_empresariales_para_la_competitividad_y_el_crecimiento_de_las_PYMES_Una_evidencia_empirica
- Andrews, K. (1980). *The concept of corporate strategy* . Irwin: Dow Jones.
- Arias, F. (2018). *ADministración de capital humano para el alto desempeño*. Ciudad de México: Trillas.
- Bernal C. (2016). *Metodología de la Investigación* . Bogota: Pearson Educación de Colombia S. A. A.
- Bueno, E. (1987). *Dirección Estratégica de la Empresa. Metodología, Técnicas y Casos* . Madrid: Ed. Piramide.
- Carrasco. (2009). *Tesis-investigacion-cientifica*. Obtenido de Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación: <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-operacionalizacion-de-variables.html>
- Chanes, D. (2014). *Uvadoc*. Obtenido de Liderazgo en Costos:
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/5450/1/TFG-N.10.pdf>
- Chiavenato, I. (2011). *Planificación Estratégica*. Ciudad de México (2da Ed.): McGraw-Hill.
- Correa, F. & Stumpo, G. . (2017). *Mipymes y heterogeneidad estructural en América Latina*. Obtenido de
https://www.researchgate.net/publication/328314810_Mipymes_y_heterogeneidad_estructural_en_America_Latina
- Cuervo, E. . (1993). *Dialnet*. Obtenido de “El Papel de la Empresa en la Competitividad”, Papeles de Economía Española, nº 56, pp. 363 - 378. :
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=64934>

- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Mexico D.F.: Ed. Pearson Educación de Mexico S. A. de C. V.
- Dini, M. & Stumpo, G. (2018). *CEPAL*. Obtenido de MIPYMES en América Latina Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf
- Ferreira, A. & Longhi, A. (2014). *Ebscohost*. Obtenido de Metodología de la investigación: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=847674&lang=es&site=eds-live>
- Flick, U. (2015). *Books Google*. Obtenido de Introducing research methodology: A beginner's guide to doing a research project. Sage: https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=jcOICwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=+Introduction+to+Research+Methodology&ots=rrTve-7cbV&sig=-weErFdSy2CgHpw9y1s_FMMmYO#v=onepage&q=Introduction%20to%20Research%20Methodology&f=false
- Hax, Arnoldo C. & Majluf N. (1995). *Gestión de empresa con una visión estratégica*. Santiago: Dolme.
- Johnson, R. (1973). *Administración Financiera*. México D.F.: Compañía Editorial Continental S. A.
- Kaplinsky, Raphael & Morris. (2000). *Mike 2000*. Obtenido de Mike 2000 "A handbook for value chain research": <http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov0.pdf>
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2004). *Administración: Una Perspectiva global (12va. Ed.)*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio: del marketing a la estrategia*. Madrid: Ed. Díaz de Santos.
- Leyva, A., Cavazos, J., & Espejal, J. (2019). *Influencia de la planeación estratégica y habilidades gerenciales como factores internos de la competitividad empresarial de las Pymes*. Obtenido de Contaduría y Administración, 63(3), 1–19.: <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/view/1085>

- Louffat, E. (2016). *Administración Fundamentos del Proceso Administrativo*. Lima : CENGAGE Learning.
- Miranda, F. Chamorro, A. & Rubio, S. (2012). *Introducción a la gestión de la calidad* . Madrid: Delta Publicaciones.
- Montealegre, J., Delgado, A., & Cubillos, C. (2017). *Relaciones entre modelos gerenciales y pensamiento estratégico empresarial en las empresas agroindustriales del departamento del Tolima*. Obtenido de Pensamiento & Gestión; Barranquilla N.º 42, :
<https://search.proquest.com/docview/1984566210/B54339516A064641PQ/8?accountid=37408>
- Mora, E., Vera, M., & Melgarejo, Z. (2015). *Planificación estratégica y niveles de competitividad de las Mipymes del sector comercio en Bogotá*. Obtenido de Estudios Gerenciales, 31(134), 79–87.:
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=272bb16b-6474-4041-9252-5093b88fa428%40pdc-v-sessmgr05&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=33918548&db=eoa>
- Morrisey, G. (1993). *El Pensamiento Estratégico. Construya los cimientos de su planeación* . Madrid: Ed. Prentice Hall Hispanoamerica .
- OGEIEE.PRODUCE. (2017). *OGEIEE.PRODUCE*. Obtenido de MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESAS (MIPYME):
<http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Piñeiro, C. & Llano, P. (2011). *Iberlibro*. Obtenido de Finanzas empresariales:
<https://www.iberlibro.com/9788484086772/Finanzas-empresarialesTeor%C3%ADa-modelos-hoja-8484086771/plp>
- Porter, M. (2008). *Estratégica Competitiva*. Ciudad de México: Grupo Editorial Patria.
- Rodés, A. (2014). *Gestión Económica y Financiera de la empresa*. Madrid: Ed. Caliope.
- Rumelt, R. (1974). *Strategy, Structure and Economic Performance*. Cambridge: Havard University Press.

- Saavedra, M., & Camarena, A. (2017). *a gestión financiera de las PYME en la Ciudad de México y su relación de la competitividad*. Obtenido de ontaduria Universidad De Antioquia (71), 149-173.
- Sarno, J. (2002). *Xpethr*. Obtenido de How to Conduct an Internal Ethics Investigation. Association of New Jersey: <https://www.xperthr.com/how-to/how-to-conduct-an-internal-ethics-investigation/8073/>
- Serrato, A. (2019). *Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en colombia*. Obtenido de Pensamiento & Gestión: <https://search.proquest.com/docview/2285242923?accountid=37408>
- Suñol, S. (2006). *Ciencia y Sociedad*. Obtenido de Aspectos teóricos de la competitividad: <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México D.F.: Limusa.
- Taylor, S., & Boogdan, R. &. (2015). *Books Google*. Obtenido de Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource: <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=pONoCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR11&dq=+Introduction+to+Research+Methodology&ots>
- Vara, A . (2015). *7 Pasos para elaborar una tesis*. Lima: Editorial MACRO.
- Venerco, A. (2016). *Issue*. Obtenido de Estadística aplicada a las ciencias económicas y administrativas: https://issuu.com/marabiertouleam/docs/estadistica_aplicada_digital_conten
- Weston, J. & Copeland, T. (1995). *Finanzas en Administración*. Ciudad de México: McGrawHill.
- World Economic Forum. (2019). *Informe de competitividad global 2019: cómo terminar una década perdida de crecimiento de la productividad*. Obtenido de Woforum.org: www.weforum.org/reports/how-to-end-a-decade-of-lost-productivity-growth
- Zambrano, A. (2014). *Introducción a las Finanzas Empresariales*. Lima: Graph S. A. C.

ANEXOS

Anexo 1 – Matriz de operacionalización de Variable Administración Estratégica

Variable Administración Estratégica					
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Nivel y rango
<p>David (2003) considera que la estrategia realmente es el arte y ciencia para poder formular, implantar y evaluar las decisiones que permiten que una empresa pueda alcanzar sus objetivos. El autor ha considerado tres etapas que son las que constituyen la administración estratégica, estas son: La formulación, la implantación y la evaluación. Todas las estrategias están sujetas a tener que variar debido a que los factores externos e internos no son estáticos, razón por lo cual necesitan ir ajustándose la estrategia en el tiempo.</p>	<p>La variable administración estratégica será operacionalizada a través de sus dimensiones e indicadores</p>	Formulación	<p>Establecimiento de mision y vision</p> <p>Deficion del FODA</p> <p>Definicion de estrategias</p>	<p>1 Nunca</p> <p>2 Casi nunca</p>	<p>Malo</p> <p>(25 - 57)</p> <p>Regular</p>
		Implementación	<p>Establecimiento de objetivos</p> <p>Definicion de politicas</p> <p>Motivacion y compromiso de la organización</p> <p>Asignacion de presupuesto para la imolementacion</p>	<p>3 A veces</p> <p>4 casi siempre</p> <p>5 Siempre</p>	<p>(58 - 90)</p> <p>Bueno</p> <p>(91 - 125)</p>
		Evaluación	<p>Factores internos</p> <p>Factores externos</p> <p>Adaptación a los cambios</p>		

Anexo 2 - Matriz de operacionalización de Variable Financiamiento

Variable Financiamiento					
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Nivel y rango
Según Piñeiro y Llano (2011), el financiamiento es la forma de como una empresa puede obtener recursos financieros, para llevar a cabo sus actividades económicas y su crecimiento empresarial, las fuentes financieras son los medios que dispone la empresa para llevar a cabo sus inversiones", de manera que los recursos financieros se pueden obtener mediante el financiamiento interno, financiamiento externo y teniendo en claro las condiciones de financiamiento.	La variable financiamiento será operacionalizada a través de sus dimensiones e indicadores	Financiamiento interno	Beneficios no distribuidos	1 Nunca	Malo
			Resultado de ejercicio		(25 - 57)
			Venta de activos	2 Casi nunca	Regular
			Préstamos	3 A veces	(58 - 90)
			Leasing		
		Financiamiento externo	Descuento comercial	4 casi siempre	Bueno
				5 Siempre	(91 - 125)
			Plazo		
			Garantía		
			Condiciones de financiamiento		
		Tipo de interés			

Anexo 3 - Matriz de operacionalización de Variable Competitividad

Variable Competitividad						
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Nivel y rango	
Porter (1999), considera que una estructura de competitividad en la compañía establece estrategias para hacer que la empresa pueda posicionarse en el sector industrial que compite. Es decir, las particularidades del rubro establecen las ventajas competitivas que las empresas pueden lograr. Las 3 estrategias genéricas son: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque o concentración, por medio de la cual la empresa añade valor a su organización.	La variable competitividad será operacionalizada a través de sus dimensiones e indicadores	Liderazgo en costos	Productividad	1 Nunca	Malo	
			Tiempo	2 Casi nunca (25 - 57)		
			Calidad			
			Tecnología	3 A veces	Regular	
				4 casi siemp (58 - 90)		
		Diferenciación	Servicio al cliente			
			Innovación			Bueno
			Precio	5 Siempre	(91 - 125)	
			Marca			
Segmentación	Ingreso					
	Edad					
	Sexo					

Anexo 4 - Matriz de Consistencia

Anexo 1 : Matriz de consistencia									
Título: Administración estratégica, financiamiento y competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho.									
Problema	Objetivo	Hipotesis	Variables e indicadores						
<p>Problema General:</p> <p>¿Qué relación existe entre la administración estratégica, financiamiento y competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Qué relación existe entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho?</p> <p>¿Qué relación existe entre la implementación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho?</p> <p>¿Qué relación existe entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho?</p> <p>¿Qué relación existe entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho?</p> <p>¿Qué relación existe entre la implementación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho?</p> <p>¿Qué relación existe entre la evaluación y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre la administración estratégica, financiamiento y competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Determinar la relación que existe entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Determinar la relación que existe entre la implementación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Determinar la relación que existe entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Determinar la relación que existe entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Determinar la relación que existe entre la implementación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Determinar la relación que existe entre la evaluación y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe relación entre la administración estratégica, financiamiento y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Hipótesis específico</p> <p>Existe relación entre la formulación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Existe relación entre la implementación estratégica y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Existe relación entre la evaluación y el financiamiento en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Existe relación entre la formulación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Existe relación entre la implementación estratégica y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p> <p>Existe relación entre la evaluación y la competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho</p>	Variable 1 : Administración estratégica						
			Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	rango		
			Formulación	Establecimiento de mision y vision	2	1 Nunca	Malo		
				Deficion del FODA	2	2 Casi nunca			
				Definicion de estrategias	2	3 A veces			
			Implementación	Establecimiento de objetivos	2	4 casi siempre	Regular		
						Definicion de politicas		2	5 Siempre
									Motivacion y compromiso de la organización
				Asignacion de presupuesto para la implementacion	2				
Evaluación	Factores internos	2		Bueno					
	Factores externos	2							
	Adaptación a los cambios	2							

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables e indicadores				
			Variable 2 : Financiamiento				
			Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Nivel y rango
			Financiamiento interno	Beneficios no distribuidos	2	1 Nunca	Malo
				Resultado de ejercicio	2	2 Casi nunca	
				Venta de activos	2		5 Siempre
			Financiamiento externo	Préstamos	3		
				Leasing	3		
				Descuento comercial	2		
			Condiciones de financiamiento	Plazo	2		
				Garantía	2		
				Tipo de interés	2		
			Variable 3 : Competitividad				
			Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Nivel y rango
			Liderazgo en costos	Productividad	2	1 Nunca	Malo
				Tiempo	2	2 Casi nunca	
				Calidad	2	3 A veces	Regular
				Tecnología	2	4 casi siempre	
			Diferenciación	Servicio al cliente	2	5 Siempre	Bueno
				Innovación	2		
				Precio	2		
				Marca	2		
			Segmentación	Ingreso	2		
				Edad	1		
				Sexo	1		
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadísticas a utilizar				
Enfoque: Cuantitativo Método: Hipotético -Deductivo Diseño: No experimental Tipo de estudio: Básico Nivel de estudio: Descriptivo - Correlacional	POBLACIÓN: Trabajadores de una empresa textil del Distrito de San Juan de Lurigancho Tamaño: 180 MUESTRA: Tamaño: 125	Variable 1: Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario sobre administración estratégica desde la perspectiva de los trabajadores de una empresa textil del Distrito de San Juan de Lurigancho. Año: 2020 Elaboración: propia. Ámbito de Aplicación: Distrito SJL. Forma de Administración: Individual	Variable 2: Instrumentos: Cuestionario sobre financiamiento desde la perspectiva de los trabajadores de una empresa textil del Distrito de San Juan de Lurigancho. Año: 2020 Elaboración: propia. Ámbito de Aplicación: Distrito SJL. Forma de Administración: Individual	Variable 3: Cuestionario sobre competitividad desde la perspectiva de los trabajadores de una empresa textil del Distrito de San Juan de Lurigancho. Año: 2020 Elaboración: propia. Ámbito de Aplicación: Distrito SJL. Forma de Administración: Individual			

Anexo 5 - Instrumento de la Variable 1: Administración Estratégica

El propósito de este cuestionario es la obtención de información acerca de la variable administración estratégica. Por favor, lee con atención cada ítem y contesta con toda franqueza y con la mayor objetividad posible. Los enunciados tienen varias posibilidades de respuesta y debes elegir una, marcando con un aspa (X), teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) Nunca 2) Casi Nunca 3) A Veces 4) Casi Siempre 5) Siempre

Variable Administración Estratégica			1	2	3	4	5	
Dimensiones		Indicadores	Ítems					
Formulación	1	Establecimiento de misión y visión	Los trabajadores de la empresa conocen la misión de la empresa					
	2		Los trabajadores de la empresa están motivados para lograr la visión de la empresa					
	3	Definición del FODA	En la elaboración del FODA participan los supervisores, jefes, gerentes y dueños de la empresa					
	4		Las oportunidades y amenazas son revisadas para los cambios en las estrategias de la empresa					
	5	Definición de estrategias	Las estrategias de la empresa permiten ser competitivos en el sector textil					
	6		Los trabajadores disponen de los recursos para cumplir con las actividades establecidas					
Implementación	7	Establecimientos de objetivos	Las jefaturas están capacitadas para lograr los objetivos de la empresa					
	8		La empresa comunica a los colaboradores los objetivos de la empresa					
	9	Definición de políticas	La empresa respeta los derechos de los trabajadores					
	10		Los trabajadores con elevada productividad reciben bonificaciones de la empresa					
	11		Motivación y compromiso de la organización	Los trabajadores motivados logran sus metas planeadas				
	12	Los trabajadores comprometidos reciben reconocimiento por la empresa						
	13	Asignación de presupuesto para la implementación	Los trabajadores disponen de los recursos para lograr las actividades establecidas					
14	Los trabajadores cumplen las actividades programadas							
Evaluación	15	Factores internos	El personal capacitado contribuye a la eficiencia de la empresa					
	16		El trabajo en equipo es favorable para lograr las metas de la empresa					
	17	Factores externos	La importación de prendas de vestir amenaza al sector textil del país					
	18		La globalización es una oportunidad de captar nuevos clientes en el exterior					
	19	Adaptación a los cambios	Las páginas web y las ventas por internet favorece a las ventas de la empresa					
	20		La innovación favorece a la competitividad de la empresa					

Anexo 6 - Instrumento de la Variable 2: Financiamiento

El propósito de este cuestionario es la obtención de información acerca de la variable desarrollo empresarial. Por favor, lee con atención cada ítem y contesta con toda franqueza y con la mayor objetividad posible. Los enunciados tienen varias posibilidades de respuesta y debes elegir una, marcando con un aspa (X), teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1)Nunca 2) Casi Nunca 3) A Veces 4) Casi Siempre 5) Siempre

Variable desarrollo empresarial				1	2	3	4	5
Dimensiones		indicadores	Ítems					
Financiamiento Interno	21	Beneficios no distribuidos	Los beneficios no distribuidos permitirán incrementar las inversiones en la empresa					
	22		Los beneficios no distribuidos financiaran la compra de tecnología moderna					
	23	Resultado de ejercicio	El resultado del ejercicio con utilidad incrementara la rentabilidad de la empresa					
	24		El resultado del ejercicio con utilidad favorece realizar compras a bajos precios					
	25	Venta de activos	La rotación de los inventarios favorece disponer de liquidez en la empresa					
	26		La eficiencia en la administración de las cuentas por cobrar incrementa el capital de trabajo					
Financiamiento externo	27	Préstamos	La competencia en el sistema financiero favorece a la disminución de la tasa activa					
	28		Las cajas municipales de ahorro y crédito son alternativas de financiamiento viables					
	29		El historial crediticio en las centrales de riesgo influye en la calificación del crédito.					
	30	Leasing	El leasing permite disponer de un activo sin disponer de una garantía					
	31		El leasing las permite acceder a beneficios tributarios a la empresa					
	32		El leasing tiene mayor costo financiero en relación al financiamiento bancario					
	33	Descuento comercial	El descuento de los títulos valores permite financiar inversiones en la empresa					
	34		El factoring permite negociar las facturas para disponer de liquidez en la empresa					
Condición de financiamiento	35	Plazo	La competencia en el sistema financiero permite acceder a diversos plazos de endeudamiento					
	36		Las cajas municipales de ahorro y crédito son alternativas de financiamiento viables					
	37	Garantía	Las empresas que disponen de garantías reales acceden a tasas activas preferenciales					
	38		Las empresas que disponen de garantías reales acceden a tasas activas preferenciales					
	39	Tipo de interés	El sistema bancario ofrece tasas de interés según el tipo de producto financiero					
	40		Las cajas municipales de ahorro y crédito ofrecen tasas de interés según el tipo de producto financiero					

Gracias por su valiosa colaboración

Anexo 7 - Instrumento de la Variable 3: Competitividad

El propósito de este cuestionario es la obtención de información acerca de la variable competitividad. Por favor, lee con atención cada ítem y contesta con toda franqueza y con la mayor objetividad posible. Los enunciados tienen varias posibilidades de respuesta y debes elegir una, marcando con un aspa (X), teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) Nunca 2) Casi Nunca 3) A Veces 4) Casi Siempre 5) Siempre

Competitividad				1	2	3	4	5
Dimensiones		Indicadores	Ítems					
Liderazgo en costos	41	Productividad	La productividad contribuye a incrementar la rentabilidad de la empresa					
	42		La productividad influye en la reducción de los costos del producto					
	43	Tiempo	Minimizar los tiempos en la producción favorece disminuir los costos					
	44		El control de los tiempos en el proceso productivo favorece incrementar la productividad					
	45	Calidad	Las materias primas selectas contribuyen a la calidad del producto					
	46		La capacitación del personal influye en la calidad de los productos					
	47	Tecnología	La tecnología permite mejorar los procesos productivos					
	48		La tecnología es favorable para el control eficiente de los inventarios					
Diferenciación	49	Servicio al cliente	El servicio eficiente favorece fidelizar a los clientes					
	50		El servicio post venta añade valor al cliente					
	51	Innovación	La innovación favorece la competitividad de la empresa					
	52		La inversión en capacitación es favorable para la innovación					
	53	Precio	La innovación permite establecer estrategias de precios					
	54		La calidad del producto influye establecer precios competitivos					
	55	Marca	La marca influye en la decisión de compra del cliente					
	56		La marca establece el estatus del cliente					
Segmentación	57	Ingreso	Los clientes de altos ingresos prefieren comprar marcas prestigiosas					
	58		Los diseños innovadores permiten segmentar a clientes exclusivos.					
	59	Edad	El diseño de moda para jóvenes se ve influenciado por las redes sociales					
	60	Sexo	Los diseños americanos influyen en la adquisición de prendas femeninas					

Gracias por su valiosa colaboración

Anexo 8 - Base de Datos de los Instrumentos de Administración Estratégica

		Administración estratégica																						
		Formulación					Implementación								Evaluación									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			
1	5	5	4	4	5	4	27	3	1	1	3	3	1	1	3	16	3	3	2	3	3	4	18	61
2	5	5	4	4	5	3	26	3	1	1	3	3	1	1	3	16	3	3	4	3	5	5	23	65
3	2	2	1	1	3	4	13	1	1	1	1	1	1	1	8	3	1	1	3	1	3	12	33	
4	2	3	2	2	2	3	15	3	3	3	2	3	3	2	22	3	3	3	3	2	4	18	55	
5	3	3	2	2	2	3	15	1	1	1	1	1	1	1	8	2	1	1	1	2	4	11	34	
6	3	2	3	2	3	3	16	1	1	1	3	1	1	1	3	12	3	3	3	3	3	4	19	47
7	2	2	1	2	2	3	12	1	1	1	2	1	1	1	2	10	2	2	2	2	3	3	14	36
8	4	5	1	2	4	3	19	4	3	2	3	4	3	2	3	24	3	2	3	4	5	5	22	65
9	2	1	2	3	2	3	13	3	2	3	2	3	2	3	2	20	2	1	1	3	2	1	10	43
10	5	5	3	1	5	5	24	3	4	4	3	3	4	4	3	28	4	4	4	4	5	5	26	78
11	3	3	2	3	1	1	15	1	1	2	2	1	1	2	2	12	2	2	2	3	4	3	16	43
12	4	3	4	3	4	4	22	4	5	3	3	4	5	3	3	30	4	4	3	4	4	5	24	76
13	1	4	3	1	3	3	15	1	2	3	2	1	2	3	2	16	4	3	3	3	4	4	21	52
14	5	4	5	3	5	4	26	5	5	4	3	5	5	4	3	34	3	3	4	4	5	5	24	84
15	4	3	3	2	3	5	20	2	4	4	3	2	4	4	3	26	4	4	4	3	5	5	25	71
16	3	3	2	1	3	1	13	2	1	2	3	2	1	2	3	16	4	3	3	2	2	4	18	47
17	3	4	4	3	4	4	22	3	3	3	4	3	3	3	4	26	4	3	3	4	4	4	22	70
18	2	1	2	2	3	3	13	1	1	1	1	1	1	1	8	3	2	3	2	4	5	19	40	
19	4	4	3	4	4	5	24	3	2	3	3	3	2	3	3	22	3	3	3	4	3	3	19	65
20	4	3	4	4	4	1	20	1	2	1	2	1	2	1	2	12	1	1	1	1	2	3	9	41
21	1	1	1	1	1	5	10	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	5	5	14	32
22	5	3	1	1	1	5	16	1	2	3	2	1	2	3	2	16	1	1	5	3	5	5	20	52
23	1	1	3	2	2	4	13	3	1	1	1	3	1	1	1	12	2	2	2	3	3	3	15	40
24	1	1	1	1	1	3	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	4	3	11	27
25	1	1	1	1	1	4	5	13	1	1	1	1	1	1	1	8	5	3	3	4	5	5	25	46
26	3	2	3	3	3	3	17	2	2	2	2	2	2	2	2	16	4	3	3	2	3	4	19	52
27	4	4	3	2	3	4	20	4	4	2	4	4	4	2	4	28	4	3	3	4	4	4	22	70
28	5	4	3	2	3	5	22	1	2	5	1	1	2	5	1	18	3	2	5	4	5	5	24	64
29	5	5	5	4	5	5	29	4	4	1	3	4	4	1	3	24	5	4	5	5	5	5	29	82
30	5	4	3	2	3	2	19	2	3	3	1	2	3	3	1	18	3	3	3	3	5	5	22	59
31	5	5	5	4	5	5	29	4	4	1	4	4	4	1	4	26	5	4	5	5	5	5	29	84
32	4	5	5	4	4	4	26	3	4	3	3	3	4	3	3	26	3	4	5	5	5	5	27	79
33	5	5	4	4	5	4	27	3	1	1	3	3	1	1	3	16	3	3	2	3	3	4	18	61
34	5	5	4	4	5	3	26	3	1	1	3	3	1	1	3	16	3	3	4	3	5	5	23	65
35	2	2	1	1	3	4	13	1	1	1	1	1	1	1	8	3	1	1	3	1	3	12	33	
36	2	3	2	3	2	3	15	3	3	3	2	3	3	3	2	22	3	3	3	3	2	4	18	55
37	3	3	2	2	2	3	15	1	1	1	1	1	1	1	8	2	1	1	1	2	4	11	34	
38	3	2	3	2	3	3	16	1	1	1	3	1	1	1	3	12	3	3	3	3	3	4	19	47
39	2	2	2	1	2	3	12	1	1	1	2	1	1	1	2	10	2	2	2	2	3	3	14	36
40	4	5	1	2	4	3	19	4	3	2	3	4	3	2	3	24	3	2	3	4	5	5	22	65
41	2	1	2	3	2	3	13	3	2	3	2	3	2	3	2	20	2	1	1	3	2	1	10	43
42	5	5	3	1	5	5	24	3	4	4	3	3	4	4	3	28	4	4	4	4	5	5	26	78
43	3	3	3	2	3	1	15	1	1	2	2	1	1	2	2	12	2	2	2	3	4	3	16	43
44	4	3	4	3	4	4	22	4	5	3	3	4	5	3	3	30	4	4	3	4	4	5	24	76
45	1	4	3	1	3	3	15	1	2	3	2	1	2	3	2	16	4	3	3	3	4	4	21	52
46	5	4	5	3	5	4	26	5	5	4	3	5	5	4	3	34	3	3	4	4	5	5	24	84
47	4	3	3	2	3	5	20	2	4	4	3	2	4	4	3	26	4	4	4	3	5	5	25	71
48	3	3	2	1	3	1	13	2	1	2	3	2	1	2	3	16	4	3	3	2	2	4	18	47
49	3	4	4	3	4	4	22	3	3	3	4	3	3	3	4	26	4	3	3	4	4	4	22	70
50	2	1	2	2	3	3	13	1	1	1	1	1	1	1	8	3	2	3	2	4	5	19	40	
51	4	4	3	4	4	5	24	3	2	3	3	3	2	3	3	22	3	3	3	4	3	3	19	65
52	4	3	4	4	4	1	20	1	2	1	2	1	2	1	2	12	1	1	1	1	2	3	9	41
53	1	1	1	1	1	5	10	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	5	5	14	32
54	5	3	1	1	1	5	16	1	2	3	2	1	2	3	2	16	1	1	5	3	5	5	20	52
55	1	1	3	2	2	4	13	3	1	1	1	3	1	1	1	12	2	2	2	3	3	3	15	40
56	1	1	1	1	1	3	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	4	3	11	27
57	1	1	1	1	4	5	13	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5	3	3	4	5	5	25	46
58	3	2	3	3	3	3	17	2	2	2	2	2	2	2	2	16	4	3	3	2	3	4	19	52
59	4	4	3	2	3	4	20	4	4	2	4	4	4	2	4	28	4	3	3	4	4	4	22	70
60	5	4	3	2	3	5	22	1	2	5	1	1	2	5	1	18	3	2	5	4	5	5	24	64
61	5	5	5	4	5	5	29	4	4	1	3	4	4	1	3	24	5	4	5	5	5	5	29	82
62	5	4	3	2	3	2	19	2	3	3	1	2	3	3	1	18	3	3	3	3	5	5	22	59
63	5	5	5	4	5	5	29	4	4	1	4	4	4	1	4	26	5	4	5	5	5	5	29	84
64	4	5	5	4	4	4	26	3	4	3	3	3	4	3	3	26	3	4	5	5	5	5	27	79
65	5	5	4	4	5	4	27	3	1	1	3	3	1	1	3	16	3	3	2	3	3	4	18	61
66	5	5	4	4	5	3	26	3	1	1	3	3	1	1	3	16	3	3	4	3	5	5	23	65
67	2	2	1	1	3	4	13	1	1	1	1	1	1	1	8	3	1	1	3	1	3	12	33	
68	2	3	2	3	2	3	15	3	3	3	2	3	3	3	2	22	3	3	3	2	4	18	55	
69	3	3	2	2	2	3	15	1	1	1	1	1	1	1	8	2	1	1	1	2	4	11	34	
70	3	2	3	2	3	3	16	1	1	1	3	1	1	1	3	12	3	3	3	3	3	4	19	47

71	2	2	2	1	2	3	12	1	1	1	2	1	1	1	2	10	2	2	2	2	3	3	14	36
72	4	5	1	2	4	3	19	4	3	2	3	4	3	2	3	24	3	2	3	4	5	5	22	65
73	2	1	2	3	2	3	13	3	2	3	2	3	2	3	2	20	2	1	1	3	2	1	10	43
74	5	5	3	1	5	5	24	3	4	4	3	3	4	4	3	28	4	4	4	4	5	5	26	78
75	3	3	3	2	3	1	15	1	1	2	2	1	1	2	2	12	2	2	2	3	4	3	16	43
76	4	3	4	3	4	4	22	4	5	3	3	4	5	3	3	30	4	4	3	4	4	5	24	76
77	1	4	3	1	3	3	15	1	2	3	2	1	2	3	2	16	4	3	3	3	4	4	21	52
78	5	4	5	3	5	4	26	5	5	4	3	5	5	4	3	34	3	3	4	4	5	5	24	84
79	4	3	3	2	3	5	20	2	4	4	3	2	4	4	3	26	4	4	4	3	5	5	25	71
80	3	3	2	1	3	1	13	2	1	2	3	2	1	2	3	16	4	3	3	2	2	4	18	47
81	3	4	4	3	4	4	22	3	3	3	4	3	3	3	4	26	4	3	3	4	4	4	22	70
82	2	1	2	2	3	3	13	1	1	1	1	1	1	1	1	8	3	2	3	2	4	5	19	40
83	4	4	3	4	4	5	24	3	2	3	3	3	2	3	3	22	3	3	3	4	3	3	19	65
84	4	3	4	4	4	1	20	1	2	1	2	1	2	1	2	12	1	1	1	1	2	3	9	41
85	1	1	1	1	1	1	5	10	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	1	5	14	32
86	5	3	1	1	1	5	16	1	2	3	2	1	2	3	2	16	1	1	5	3	5	5	20	52
87	1	1	3	2	2	4	13	3	1	1	1	3	1	1	1	12	2	2	2	3	3	3	15	40
88	1	1	1	1	1	3	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	4	3	11	27
89	1	1	1	1	4	5	13	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5	3	3	4	5	5	25	46
90	3	2	3	3	3	3	17	2	2	2	2	2	2	2	2	16	4	3	3	2	3	4	19	52
91	4	4	3	2	3	4	20	4	4	2	4	4	4	2	4	28	4	3	3	4	4	4	22	70
92	5	4	3	2	3	5	22	1	2	5	1	1	2	5	1	18	3	2	5	4	5	5	24	64
93	5	5	5	4	5	5	29	4	4	1	3	4	4	1	3	24	5	4	5	5	5	5	29	82
94	5	4	3	2	3	2	19	2	3	3	1	2	3	3	1	18	3	3	3	3	5	5	22	59
95	5	5	5	4	5	5	29	4	4	1	4	4	4	1	4	26	5	4	5	5	5	5	29	84
96	4	5	5	4	4	4	26	3	4	3	3	3	4	3	3	26	3	4	5	5	5	5	27	79
97	5	5	4	4	5	4	27	3	1	1	3	3	1	1	3	16	3	3	2	3	3	4	18	61
98	5	5	4	4	5	3	26	3	1	1	3	3	1	1	3	16	3	3	4	3	5	5	23	65
99	2	2	1	1	3	4	13	1	1	1	1	1	1	1	1	8	3	1	1	3	1	3	12	33
100	2	3	2	3	2	3	15	3	3	3	2	3	3	3	2	22	3	3	3	3	2	4	18	55
101	3	3	2	2	2	3	15	1	1	1	1	1	1	1	1	8	2	1	1	1	2	4	11	34
102	3	2	3	2	3	3	16	1	1	1	3	1	1	1	3	12	3	3	3	3	3	4	19	47
103	2	2	2	1	2	3	12	1	1	1	2	1	1	1	2	10	2	2	2	2	3	3	14	36
104	4	5	1	2	4	3	19	4	3	2	3	4	3	2	3	24	3	2	3	4	5	5	22	65
105	2	1	2	3	2	3	13	3	2	3	2	3	2	3	2	20	2	1	1	3	2	1	10	43
106	5	5	3	1	5	5	24	3	4	4	3	3	4	4	3	28	4	4	4	4	5	5	26	78
107	3	3	3	2	3	1	15	1	1	2	2	1	1	2	2	12	2	2	2	3	4	3	16	43
108	4	3	4	3	4	4	22	4	5	3	3	4	5	3	3	30	4	4	3	4	4	5	24	76
109	1	4	3	1	3	3	15	1	2	3	2	1	2	3	2	16	4	3	3	3	4	4	21	52
110	5	4	5	3	5	4	26	5	5	4	3	5	5	4	3	34	3	3	4	4	5	5	24	84
111	4	3	3	2	3	5	20	2	4	4	3	2	4	4	3	26	4	4	4	3	5	5	25	71
112	3	3	2	1	3	1	13	2	1	2	3	2	1	2	3	16	4	3	3	2	2	4	18	47
113	3	4	4	3	4	4	22	3	3	3	4	3	3	3	4	26	4	3	3	4	4	4	22	70
114	2	1	2	2	3	3	13	1	1	1	1	1	1	1	1	8	3	2	3	2	4	5	19	40
115	4	4	3	4	4	5	24	3	2	3	3	3	2	3	3	22	3	3	3	4	3	3	19	65
116	4	3	4	4	4	1	20	1	2	1	2	1	2	1	2	12	1	1	1	1	2	3	9	41
117	1	1	1	1	1	5	10	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	5	5	14	32
118	5	3	1	1	1	5	16	1	2	3	2	1	2	3	2	16	1	1	5	3	5	5	20	52
119	1	1	3	2	2	4	13	3	1	1	1	3	1	1	1	12	2	2	2	3	3	3	15	40
120	1	1	1	1	1	3	8	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	4	3	11	27
121	1	1	1	1	4	5	13	1	1	1	1	1	1	1	1	8	5	3	3	4	5	5	25	46
122	3	2	3	3	3	3	17	2	2	2	2	2	2	2	2	16	4	3	3	2	3	4	19	52
123	4	3	3	2	3	5	20	2	4	4	3	2	4	4	3	26	4	4	4	3	5	5	25	71
124	3	3	2	1	3	1	13	2	1	2	3	2	1	2	3	16	4	3	3	2	2	4	18	47
125	3	4	4	3	4	4	22	3	3	3	4	3	3	3	4	26	4	3	3	4	4	4	22	70

Anexo 9 - Base de Datos de los Instrumentos de Financiamiento

	Financiamiento																							
	Financiamiento Interno						Financiamiento externo								Condición de financiamiento									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				
1	5	3	1	5	1	3	18	3	5	5	5	5	4	4	5	36	1	5	5	4	1	3	19	73
2	5	4	1	5	5	3	23	4	5	5	5	5	2	5	5	36	1	5	5	4	1	3	19	78
3	1	1	1	1	1	3	8	1	5	4	5	5	1	3	5	29	1	5	5	5	1	1	18	55
4	5	3	2	5	4	2	21	3	5	4	5	3	4	4	5	33	3	5	5	5	3	3	24	78
5	2	2	1	1	1	1	8	1	2	3	5	1	1	4	3	20	2	4	3	3	2	3	17	45
6	4	3	2	3	2	1	15	3	3	3	4	3	2	3	3	24	3	4	3	4	1	2	17	56
7	3	2	1	2	2	1	11	2	3	3	4	2	1	4	1	20	1	2	2	2	1	1	9	40
8	5	2	1	3	1	5	17	1	5	5	5	2	2	3	5	28	3	5	1	5	3	4	21	66
9	2	1	1	2	1	2	9	1	3	2	5	2	1	2	1	17	2	1	2	1	2	1	9	35
10	4	3	3	5	4	1	20	5	5	5	5	3	3	5	5	36	3	5	4	4	5	5	26	82
11	3	3	1	3	1	1	12	1	2	5	5	1	1	1	1	17	1	3	2	2	3	2	13	42
12	4	3	4	5	5	3	24	2	4	5	5	2	3	5	4	30	2	4	3	4	3	3	19	73
13	4	3	2	4	4	3	20	4	4	4	5	4	4	3	4	30	4	4	4	4	4	4	24	74
14	5	4	3	4	3	4	23	4	5	4	5	2	2	4	5	31	3	4	4	4	4	4	23	77
15	5	4	2	3	3	2	19	2	5	5	5	1	2	3	4	27	2	3	3	5	2	3	18	64
16	5	3	1	5	1	1	16	3	2	4	5	1	1	2	3	21	3	3	3	4	4	2	19	56
17	5	4	2	3	3	3	20	4	5	4	5	3	3	3	5	32	2	3	5	5	3	4	22	74
18	4	2	1	5	2	3	17	2	3	4	5	2	3	3	3	25	1	2	5	5	3	2	18	60
19	5	3	3	1	3	3	18	4	5	4	4	3	1	3	5	29	3	3	4	1	4	4	19	66
20	4	3	2	2	1	1	13	3	4	2	2	1	1	1	4	18	2	5	2	1	1	1	12	43
21	5	1	1	5	1	1	14	5	5	5	5	1	1	1	5	28	5	5	5	1	1	1	18	60
22	5	3	4	1	1	1	15	5	3	1	5	4	1	1	5	25	1	1	5	5	4	2	18	58
23	3	1	2	3	1	1	11	2	3	3	4	3	3	2	3	23	1	3	2	3	2	2	13	47
24	3	2	1	2	1	1	10	1	3	4	5	1	1	2	2	19	2	4	4	4	1	2	17	46
25	5	5	3	4	4	1	22	3	5	5	5	3	1	4	5	31	5	5	5	3	4	4	26	79
26	4	4	3	4	3	3	21	2	2	3	4	3	4	3	4	25	3	4	4	4	4	2	21	67
27	3	4	3	3	3	2	18	3	5	4	5	3	2	4	5	31	3	4	4	5	3	4	23	72
28	5	1	5	3	4	1	19	1	3	3	5	5	5	5	5	32	5	5	5	5	5	4	29	80
29	5	4	5	4	5	4	27	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	4	29	95
30	5	3	3	3	3	2	19	3	2	4	4	1	3	3	3	23	3	4	3	3	3	3	19	61
31	5	4	5	4	5	3	26	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	4	29	94
32	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	4	29	97
33	5	3	1	5	1	3	18	3	5	5	5	5	4	4	5	36	1	5	5	4	1	3	19	73
34	5	4	1	5	5	3	23	4	5	5	5	5	2	5	5	36	1	5	5	4	1	3	19	78
35	1	1	1	1	1	3	8	1	5	4	5	5	1	3	5	29	1	5	5	5	1	1	18	55
36	5	3	2	5	4	2	21	3	5	4	5	3	4	4	5	33	3	5	5	5	3	3	24	78
37	2	2	1	1	1	1	8	1	2	3	5	1	1	4	3	20	2	4	3	3	2	3	17	45
38	4	3	2	3	2	1	15	3	3	3	4	3	2	3	3	24	3	4	3	4	1	2	17	56
39	3	2	1	2	2	1	11	2	3	3	4	2	1	4	1	20	1	2	2	2	1	1	9	40
40	5	2	1	3	1	5	17	1	5	5	5	2	2	3	5	28	3	5	1	5	3	4	21	66
41	2	1	1	2	1	2	9	1	3	2	5	2	1	2	1	17	2	1	2	1	2	1	9	35
42	4	3	3	5	4	1	20	5	5	5	5	3	3	5	5	36	3	5	4	4	5	5	26	82
43	3	3	1	3	1	1	12	1	2	5	5	1	1	1	1	17	1	3	2	2	3	2	13	42
44	4	3	4	5	5	3	24	2	4	5	5	2	3	5	4	30	2	4	3	4	3	3	19	73
45	4	3	2	4	4	3	20	4	4	4	4	4	3	3	4	30	4	4	4	4	4	4	24	74
46	5	4	3	4	3	4	23	4	5	4	5	2	2	4	5	31	3	4	4	4	4	4	23	77
47	5	4	2	3	3	2	19	2	5	5	5	1	2	3	4	27	2	3	3	5	2	3	18	64
48	5	3	1	5	1	1	16	3	2	4	5	1	1	2	3	21	3	3	3	4	4	2	19	56
49	5	4	2	3	3	3	20	4	5	4	5	3	3	3	5	32	2	3	5	5	3	4	22	74
50	4	2	1	5	2	3	17	2	3	4	5	2	3	3	3	25	1	2	5	5	3	2	18	60
51	5	3	3	1	3	3	18	4	5	4	4	3	1	3	5	29	3	3	4	1	4	4	19	66
52	4	3	2	2	1	1	13	3	4	2	2	1	1	1	4	18	2	5	2	1	1	1	12	43
53	5	1	1	5	1	1	14	5	5	5	5	1	1	1	5	28	5	5	5	1	1	1	18	60
54	5	3	4	1	1	1	15	5	3	1	5	4	1	1	5	25	1	1	5	5	4	2	18	58
55	3	1	2	3	1	1	11	2	3	3	4	3	3	2	3	23	1	3	2	3	2	2	13	47
56	3	2	1	2	1	1	10	1	3	4	5	1	1	2	2	19	2	4	4	4	1	2	17	46
57	5	5	3	4	4	1	22	3	5	5	5	3	1	4	5	31	5	5	5	3	4	4	26	79
58	4	4	3	4	3	3	21	2	2	3	4	3	4	3	4	25	3	4	4	4	4	2	21	67
59	3	4	3	3	3	2	18	3	5	4	5	3	2	4	5	31	3	4	4	5	3	4	23	72
60	5	1	5	3	4	1	19	1	3	3	5	5	5	5	5	32	5	5	5	5	5	4	29	80
61	5	4	5	4	5	4	27	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	4	29	95
62	5	3	3	3	3	2	19	3	2	4	4	1	3	3	3	23	3	4	3	3	3	3	19	61
63	5	4	5	4	5	3	26	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	4	29	94
64	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	4	29	97
65	5	3	1	5	1	3	18	3	5	5	5	5	4	4	5	36	1	5	5	4	1	3	19	73
66	5	4	1	5	5	3	23	4	5	5	5	5	2	5	5	36	1	5	5	4	1	3	19	78
67	1	1	1	1	1	3	8	1	5	4	5	5	1	3	5	29	1	5	5	5	1	1	18	55
68	5	3	2	5	4	2	21	3	5	4	5	3	4	4	5	33	3	5	5	5	3	3	24	78
69	2	2	1	1	1	1	8	1	2	3	5	1	1	4	3	20	2	4	3	3	2	3	17	45
70	4	3	2	3	2	1	15	3	3	3	4	3	2	3	3	24	3	4	3	4	1	2	17	56

71	3	2	1	2	2	1	11	2	3	3	4	2	1	4	1	20	1	2	2	2	1	1	9	40
72	5	2	1	3	1	5	17	1	5	5	5	2	2	3	5	28	3	5	1	5	3	4	21	66
73	2	1	1	2	1	2	9	1	3	2	5	2	1	2	1	17	2	1	2	1	2	1	9	35
74	4	3	3	5	4	1	20	5	5	5	5	3	3	5	5	36	3	5	4	4	5	5	26	82
75	3	3	1	3	1	1	12	1	2	5	5	1	1	1	1	17	1	3	2	2	3	2	13	42
76	4	3	4	5	5	3	24	2	4	5	5	2	3	5	4	30	2	4	3	4	3	3	19	73
77	4	3	2	4	4	3	20	4	4	4	4	4	3	3	4	30	4	4	4	4	4	4	24	74
78	5	4	3	4	3	4	23	4	5	4	5	2	2	4	5	31	3	4	4	4	4	4	23	77
79	5	4	2	3	3	2	19	2	5	5	5	1	2	3	4	27	2	3	3	5	2	3	18	64
80	5	3	1	5	1	1	16	3	2	4	5	1	1	2	3	21	3	3	3	4	4	2	19	56
81	5	4	2	3	3	3	20	4	5	4	5	3	3	3	5	32	2	3	5	5	3	4	22	74
82	4	2	1	5	2	3	17	2	3	4	5	2	3	3	3	25	1	2	5	5	3	2	18	60
83	5	3	3	1	3	3	18	4	5	4	4	3	1	3	5	29	3	3	4	1	4	4	19	66
84	4	3	2	2	1	1	13	3	4	2	2	1	1	1	4	18	2	5	2	1	1	1	12	43
85	5	1	1	5	1	1	14	5	5	5	5	1	1	1	5	28	5	5	5	1	1	1	18	60
86	5	3	4	1	1	1	15	5	3	1	5	4	1	1	5	25	1	1	5	5	4	2	18	58
87	3	1	2	3	1	1	11	2	3	3	4	3	3	2	3	23	1	3	2	3	2	2	13	47
88	3	2	1	2	1	1	10	1	3	4	5	1	1	2	2	19	2	4	4	4	1	2	17	46
89	5	5	3	4	4	1	22	3	5	5	5	3	1	4	5	31	5	5	5	3	4	4	26	79
90	4	4	3	4	3	3	21	2	2	3	4	3	4	3	4	25	3	4	4	4	2	4	21	67
91	3	4	3	3	3	2	18	3	5	4	5	3	2	4	5	31	3	4	4	5	3	4	23	72
92	5	1	5	3	4	1	19	1	3	3	5	5	5	5	5	32	5	5	5	5	5	4	29	80
93	5	4	5	4	5	4	27	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	4	29	95
94	5	3	3	3	3	2	19	3	2	4	4	1	3	3	3	23	3	4	3	3	3	3	19	61
95	5	4	5	4	5	3	26	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	4	29	94
96	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	4	29	97
97	5	3	1	5	1	3	18	3	5	5	5	5	4	4	5	36	1	5	5	4	1	3	19	73
98	5	4	1	5	5	3	23	4	5	5	5	5	2	5	5	36	1	5	5	4	1	3	19	78
99	1	1	1	1	1	3	8	1	5	4	5	5	1	3	5	29	1	5	5	5	1	1	18	55
100	5	3	2	5	4	2	21	3	5	4	5	3	4	4	5	33	3	5	5	5	3	3	24	78
101	2	2	1	1	1	1	8	1	2	3	5	1	1	4	3	20	2	4	3	3	2	3	17	45
102	4	3	2	3	2	1	15	3	3	3	4	3	2	3	3	24	3	4	3	4	1	2	17	56
103	3	2	1	2	2	1	11	2	3	3	4	2	1	4	1	20	1	2	2	2	1	2	9	40
104	5	2	1	3	1	5	17	1	5	5	5	2	2	3	5	28	3	5	1	5	3	4	21	66
105	2	1	1	2	1	2	9	1	3	2	5	2	1	2	1	17	2	1	2	1	2	1	9	35
106	4	3	3	5	4	1	20	5	5	5	5	3	3	5	5	36	3	5	4	4	5	5	26	82
107	3	3	1	3	1	1	12	1	2	5	5	1	1	1	1	17	1	3	2	2	3	2	13	42
108	4	3	4	5	5	3	24	2	4	5	5	2	3	5	4	30	2	4	3	4	3	3	19	73
109	4	3	2	4	4	3	20	4	4	4	4	4	3	3	4	30	4	4	4	4	4	4	24	74
110	5	4	3	4	3	4	23	4	5	4	5	2	2	4	5	31	3	4	4	4	4	4	23	77
111	5	4	2	3	3	2	19	2	5	5	5	1	2	3	4	27	2	3	3	5	2	3	18	64
112	5	3	1	5	1	1	16	3	2	4	5	1	1	2	3	21	3	3	3	4	4	2	19	56
113	5	4	2	3	3	3	20	4	5	4	5	3	3	3	5	32	2	3	5	5	3	4	22	74
114	4	2	1	5	2	3	17	2	3	4	5	2	3	3	3	25	1	2	5	5	3	2	18	60
115	5	3	3	1	3	3	18	4	5	4	4	3	1	3	5	29	3	3	4	1	4	4	19	66
116	4	3	2	2	1	1	13	3	4	2	2	1	1	1	4	18	2	5	2	1	1	1	12	43
117	5	1	1	5	1	1	14	5	5	5	5	1	1	1	5	28	5	5	5	1	1	1	18	60
118	5	3	4	1	1	1	15	5	3	1	5	4	1	1	5	25	1	1	5	5	4	2	18	58
119	3	1	2	3	1	1	11	2	3	3	4	3	3	2	3	23	1	3	2	3	2	2	13	47
120	3	2	1	2	1	1	10	1	3	4	5	1	1	2	2	19	2	4	4	4	1	2	17	46
121	5	5	3	4	4	1	22	3	5	5	5	3	1	4	5	31	5	5	5	3	4	4	26	79
122	4	4	3	4	3	3	21	2	2	3	4	3	4	3	4	25	3	4	4	4	2	4	21	67
123	5	4	2	3	3	2	19	2	5	5	5	1	2	3	4	27	2	3	3	5	2	3	18	64
124	5	3	1	5	1	1	16	3	2	4	5	1	1	2	3	21	3	3	3	4	4	2	19	56
125	5	4	2	3	3	3	20	4	5	4	5	3	3	3	5	32	2	3	5	5	3	4	22	74

Anexo 10 - Base de Datos de los Instrumentos de Competitividad

	Competitividad																							
	Liderazgo en costos								Diferenciación								Segmentación							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20				
1	5	5	4	4	5	4	3	1	31	1	3	3	3	3	2	3	3	21	4	4	5	4	17	69
2	5	5	4	4	5	3	3	1	30	1	3	3	3	3	4	3	5	25	5	4	5	4	18	73
3	2	2	1	1	3	4	1	1	15	1	1	1	3	1	1	3	1	12	3	1	5	5	14	41
4	2	3	2	3	2	3	3	3	21	3	2	2	3	3	3	3	2	21	4	3	3	3	13	55
5	3	3	2	2	2	3	1	1	17	1	1	2	2	1	1	1	2	11	4	2	4	4	14	42
6	3	2	3	2	3	3	1	1	18	1	3	3	3	3	3	3	3	22	4	3	4	4	15	55
7	2	2	2	1	2	3	1	1	14	1	2	2	2	2	2	2	3	16	3	2	1	2	8	38
8	4	5	1	2	4	3	4	3	26	2	3	2	3	2	3	4	5	24	5	4	5	5	19	69
9	2	1	2	3	2	3	3	2	18	3	2	1	2	1	1	3	2	15	1	2	1	2	6	39
10	5	5	3	1	5	5	3	4	31	4	3	4	4	4	4	5	32	5	3	5	5	18	81	
11	3	3	3	2	3	1	1	1	17	2	2	2	2	2	2	3	4	19	3	3	2	2	10	46
12	4	3	4	3	4	4	4	5	31	3	3	4	4	4	3	4	4	29	5	4	5	5	19	79
13	1	4	3	1	3	3	1	2	18	3	2	2	4	3	3	3	4	24	4	3	4	4	15	57
14	5	4	5	3	5	4	5	5	36	4	3	4	3	3	4	4	5	30	5	4	4	5	18	84
15	4	3	3	2	3	5	2	4	26	4	3	4	4	4	4	3	5	31	5	4	5	5	19	76
16	3	3	2	1	3	1	2	1	16	2	3	3	4	3	3	2	2	22	4	2	2	3	11	49
17	3	4	4	3	4	4	3	3	28	3	4	4	4	3	3	4	4	29	4	4	4	5	17	74
18	2	1	2	2	3	3	1	1	15	1	1	2	3	2	3	2	4	18	5	3	4	5	17	50
19	4	4	3	2	4	5	3	2	29	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	4	5	15	69
20	4	3	4	4	4	1	1	2	23	1	2	2	1	1	1	1	2	11	3	1	2	2	8	42
21	1	1	1	1	1	5	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	5	12	5	1	5	5	16	40
22	5	3	1	1	1	5	1	2	19	3	2	3	1	1	5	3	5	23	5	4	5	4	18	60
23	1	1	3	2	2	4	3	1	17	1	1	1	2	2	2	3	3	15	3	2	3	3	11	43
24	1	1	1	1	1	3	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	4	11	3	2	5	4	14	35
25	1	1	1	1	4	5	1	1	15	1	1	1	5	3	3	4	5	23	5	5	5	5	20	58
26	3	2	3	3	3	3	2	2	21	2	2	3	4	3	3	2	3	22	4	4	4	4	16	59
27	4	4	3	2	3	4	4	4	28	2	4	4	4	3	3	4	4	28	4	4	5	4	17	73
28	5	4	3	2	3	5	1	2	25	5	1	4	3	2	5	4	5	29	5	1	1	4	11	65
29	5	5	5	4	5	5	4	4	37	1	3	4	5	4	5	5	5	32	5	5	5	5	20	89
30	5	4	3	2	3	2	2	3	24	3	1	3	3	3	3	3	5	24	5	3	5	5	18	66
31	5	5	5	4	5	5	4	4	37	1	4	4	5	4	5	5	5	33	5	5	5	5	20	90
32	4	5	5	4	4	4	3	4	33	3	3	3	3	4	5	5	5	31	5	5	5	5	20	84
33	5	5	4	4	5	4	3	1	31	1	3	3	3	3	2	3	3	21	4	4	5	4	17	69
34	5	5	4	4	5	3	3	1	30	1	3	3	3	3	4	3	5	25	5	4	5	4	18	73
35	2	2	1	1	3	4	1	1	15	1	1	1	3	1	1	3	1	12	3	1	5	5	14	41
36	2	3	2	3	2	3	3	3	21	3	2	2	3	3	3	3	2	21	4	3	3	3	13	55
37	3	3	2	2	2	3	1	1	17	1	1	2	2	1	1	1	2	11	4	2	4	4	14	42
38	3	2	3	2	3	3	1	1	18	1	3	3	3	3	3	3	3	22	4	3	4	4	15	55
39	2	2	2	1	2	3	1	1	14	1	2	2	2	2	2	2	3	16	3	2	1	2	8	38
40	4	5	1	2	4	3	4	3	26	2	3	2	3	2	3	4	5	24	5	4	5	5	19	69
41	2	1	2	3	2	3	3	2	18	3	2	1	2	1	1	3	2	15	1	2	1	2	6	39
42	5	5	3	1	5	5	3	4	31	4	3	4	4	4	4	4	5	32	5	3	5	5	18	81
43	3	3	3	2	3	1	1	1	17	2	2	2	2	2	2	3	4	19	3	3	2	2	10	46
44	4	3	4	3	4	4	4	5	31	3	3	4	4	4	3	4	4	29	5	4	5	5	19	79
45	1	4	3	1	3	3	1	2	18	3	2	2	4	3	3	3	4	24	4	3	4	4	15	57
46	5	4	5	3	5	4	5	5	36	4	3	4	3	3	4	4	5	30	5	4	4	5	18	84
47	4	3	3	2	3	5	2	4	26	4	3	4	4	4	4	3	5	31	5	4	5	5	19	76
48	3	3	2	1	3	1	2	1	16	2	3	3	4	3	3	2	2	22	4	2	2	3	11	49
49	3	4	4	3	4	4	3	3	28	3	4	4	4	4	3	3	4	29	4	4	4	5	17	74
50	2	1	2	2	3	3	1	1	15	1	1	2	3	2	3	2	4	18	5	3	4	5	17	50
51	4	4	3	4	4	5	3	2	29	3	3	3	3	3	4	3	5	25	3	3	4	5	15	69
52	4	3	4	4	4	1	1	2	23	1	2	2	1	1	1	2	11	3	1	2	2	8	42	
53	1	1	1	1	1	5	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	5	12	5	1	5	5	16	40
54	5	3	1	1	1	5	1	2	19	3	2	3	1	1	5	3	5	23	5	4	5	4	18	60
55	1	1	3	2	2	4	3	1	17	1	1	1	2	2	2	3	3	15	3	2	3	3	11	43
56	1	1	1	1	1	3	1	1	10	1	1	1	1	1	1	1	4	11	3	2	5	4	14	35
57	1	1	1	1	1	4	5	1	15	1	1	1	5	3	3	4	5	23	5	5	5	5	20	58
58	3	2	3	3	3	3	2	2	21	2	2	3	4	3	3	2	3	22	4	4	4	4	16	59
59	4	4	3	2	3	4	4	4	28	2	4	4	4	3	3	4	4	28	4	4	5	4	17	73
60	5	4	3	2	3	5	1	2	25	5	1	4	3	2	5	4	5	29	5	1	1	4	11	65
61	5	5	5	4	5	5	4	4	37	1	3	4	5	4	5	5	5	32	5	5	5	5	20	89
62	5	4	3	2	3	2	2	3	24	3	1	3	3	3	3	3	5	24	5	3	5	5	18	66
63	5	5	5	4	5	5	4	4	37	1	4	4	5	4	5	5	5	33	5	5	5	5	20	90
64	4	5	5	4	4	4	3	4	33	3	3	3	3	4	5	5	5	31	5	5	5	5	20	84
65	5	5	4	4	5	4	3	1	31	1	3	3	3	3	2	3	3	21	4	4	5	4	17	69
66	5	5	4	4	5	3	3	1	30	1	3	3	3	3	4	3	5	25	5	4	5	4	18	73
67	2	2	1	1	3	4	1	1	15	1	1	1	3	1	1	3	1	12	3	1	5	5	14	41
68	2	3	2	3	2	3	3	3	21	3	2	2	3	3	3	3	2	21	4	3	3	3	13	55
69	3	3	2	2	2	3	1	1	17	1	1	2	2	1	1	1	2	11	4	2	4	4	14	42
70	3	2	3	2	3	3	1	1	18	1	3	3	3	3	3	3	3	22	4	3	4	4	15	55

71	2	2	2	1	2	3	1	1	14	1	2	2	2	2	2	2	3	16	3	2	1	2	8	38
72	4	5	1	2	4	3	4	3	26	2	3	2	3	2	3	4	5	24	5	4	5	5	19	69
73	2	1	2	3	2	3	3	2	18	3	2	1	2	1	1	3	2	15	1	2	1	2	6	39
74	5	5	3	1	5	5	3	4	31	4	3	4	4	4	4	5	32	5	3	5	5	18	81	
75	3	3	3	2	3	1	1	1	17	2	2	2	2	2	2	3	4	19	3	3	2	2	10	46
76	4	3	4	3	4	4	4	5	31	3	3	4	4	4	3	4	4	29	5	4	5	5	19	79
77	1	4	3	1	3	3	1	2	18	3	2	2	4	3	3	3	4	24	4	3	4	4	15	57
78	5	4	5	3	5	4	5	5	36	4	3	4	3	3	4	4	5	30	5	4	4	5	18	84
79	4	3	3	2	3	5	2	4	26	4	3	4	4	4	4	3	5	31	5	4	5	5	19	76
80	3	3	2	1	3	1	2	1	16	2	3	3	4	3	3	2	2	22	4	2	2	3	11	49
81	5	5	4	4	5	4	3	1	31	1	3	3	3	3	2	3	3	21	4	4	5	4	17	69
82	5	5	4	4	5	3	3	1	30	1	3	3	3	3	4	3	5	25	5	4	5	4	18	73
83	2	2	1	1	3	4	1	1	15	1	1	1	3	1	1	3	1	12	3	1	5	5	14	41
84	2	3	2	3	2	3	3	3	21	3	2	2	3	3	3	3	2	21	4	3	3	3	13	55
85	3	3	2	2	2	3	1	1	17	1	1	2	2	1	1	1	2	11	4	2	4	4	14	42
86	3	2	3	2	3	3	1	1	18	1	3	3	3	3	3	3	3	22	4	3	4	4	15	55
87	2	2	2	1	2	3	1	1	14	1	2	2	2	2	2	2	3	16	3	2	1	2	8	38
88	4	5	1	2	4	3	4	3	26	2	3	2	3	2	3	4	5	24	5	4	5	5	19	69
89	2	1	2	3	2	3	3	2	18	3	2	1	2	1	1	3	2	15	1	2	1	2	6	39
90	5	5	3	1	5	5	3	4	31	4	3	4	4	4	4	5	32	5	3	5	5	18	81	
91	3	3	3	2	3	1	1	1	17	2	2	2	2	2	2	3	4	19	3	3	2	2	10	46
92	4	3	4	3	4	4	4	5	31	3	3	4	4	4	3	4	4	29	5	4	5	5	19	79
93	1	4	3	1	3	3	1	2	18	3	2	2	4	3	3	3	4	24	4	3	4	4	15	57
94	5	4	5	3	5	4	5	5	36	4	3	4	3	3	4	4	5	30	5	4	4	5	18	84
95	4	3	3	2	3	5	2	4	26	4	3	4	4	4	4	3	5	31	5	4	5	5	19	76
96	3	3	2	1	3	1	2	1	16	2	3	3	4	3	3	2	2	22	4	2	2	3	11	49
97	3	4	4	3	4	4	3	3	28	3	4	4	4	3	3	4	4	29	4	4	4	5	17	74
98	2	1	2	2	3	3	1	1	15	1	1	2	3	2	3	2	4	18	5	3	4	5	17	50
99	4	4	3	4	4	5	3	2	29	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	4	5	15	69	
100	4	3	4	4	4	1	1	2	23	1	2	2	1	1	1	1	2	11	3	1	2	2	8	42
101	1	1	1	1	1	5	1	1	12	1	1	1	1	1	1	1	5	12	5	1	5	5	16	40
102	5	3	1	1	1	5	1	2	19	3	2	3	1	1	5	3	5	23	5	4	5	4	18	60
103	1	1	3	2	2	4	3	1	17	1	1	1	2	2	2	3	3	15	3	2	3	3	11	43
104	1	1	1	1	1	3	1	1	10	1	1	1	1	1	1	4	11	3	2	5	4	14	35	
105	1	1	1	1	4	5	1	1	15	1	1	1	5	3	3	4	5	23	5	5	5	5	20	58
106	3	2	3	3	3	3	2	2	21	2	2	3	4	3	3	2	3	22	4	4	4	4	16	59
107	4	4	3	2	3	4	4	4	28	2	4	4	4	3	3	4	4	28	4	4	5	4	17	73
108	5	4	3	2	3	5	1	2	25	5	1	4	3	2	5	4	5	29	5	1	1	4	11	65
109	5	5	5	4	5	5	4	4	37	1	3	4	5	4	5	5	5	32	5	5	5	5	20	89
110	5	4	3	2	3	2	2	3	24	3	1	3	3	3	3	3	5	24	5	3	5	5	18	66
111	5	5	5	4	5	5	4	4	37	1	4	4	5	4	5	5	5	33	5	5	5	5	20	90
112	4	5	5	4	4	4	3	4	33	3	3	3	3	4	5	5	5	31	5	5	5	5	20	84
113	5	5	4	4	5	4	3	1	31	1	3	3	3	3	2	3	3	21	4	4	5	4	17	69
114	5	5	4	4	5	3	3	1	30	1	3	3	3	3	4	3	5	25	5	4	5	4	18	73
115	2	2	1	1	3	4	1	1	15	1	1	1	3	1	1	3	1	12	3	1	5	5	14	41
116	2	3	2	3	2	3	3	3	21	3	2	2	3	3	3	3	2	21	4	3	3	3	13	55
117	3	3	2	2	2	3	1	1	17	1	1	2	2	1	1	1	2	11	4	2	4	4	14	42
118	3	2	3	2	3	3	1	1	18	1	3	3	3	3	3	3	3	22	4	3	4	4	15	55
119	2	2	2	1	2	3	1	1	14	1	2	2	2	2	2	2	3	16	3	2	1	2	8	38
120	4	5	1	2	4	3	4	3	26	2	3	2	3	2	3	4	5	24	5	4	5	5	19	69
121	2	1	2	3	2	3	3	2	18	3	2	1	2	1	1	3	2	15	1	2	1	2	6	39
122	5	5	3	1	5	5	3	4	31	4	3	4	4	4	4	5	32	5	3	5	5	18	81	
123	3	3	3	2	3	1	1	1	17	2	2	2	2	2	2	3	4	19	3	3	2	2	10	46
124	4	3	4	3	4	4	4	5	31	3	3	4	4	4	3	4	4	29	5	4	5	5	19	79
125	1	4	3	1	3	3	1	2	18	3	2	2	4	3	3	3	4	24	4	3	4	4	15	57

Anexo 11 - Base de Datos de la Prueba Piloto de Administración Estratégica.

	Administración estratégica																			
	Formulación						Implementación								Evaluación					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5
2	5	3	1	1	1	5	1	2	3	2	1	2	3	2	1	1	5	3	5	5
3	1	1	3	2	2	4	3	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2	3	3	3
4	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3
5	1	1	1	1	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3	3	4	5	5
6	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	3	4
7	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4
8	5	4	3	2	3	5	1	2	5	1	1	2	5	1	3	2	5	4	5	5
9	5	5	5	4	5	5	4	4	1	3	4	4	1	3	5	4	5	5	5	5
10	5	4	3	2	3	2	2	3	3	1	2	3	3	1	3	3	3	3	5	5
11	5	5	5	4	5	5	4	4	1	4	4	4	1	4	5	4	5	5	5	5
12	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	5	5	5	5
13	5	5	4	4	5	4	3	1	1	3	3	1	1	3	3	3	2	3	3	4
14	5	5	4	4	5	3	3	1	1	3	3	1	1	3	3	3	4	3	5	5
15	2	2	1	1	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	3
16	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4
17	3	3	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	4	4
18	3	2	3	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	4
19	2	2	2	1	2	3	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	3	3
20	4	5	1	2	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	4	5	5

Anexo 12 - Base de Datos de la Prueba Piloto Financiamiento.

	Financiamiento																			
	Financiamiento Interno						Financiamiento externo								Condición de financiamiento					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	5	1	1	5	1	1	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	1	1	1
2	5	3	4	1	1	1	5	3	1	5	4	1	1	5	1	1	5	5	4	2
3	3	1	2	3	1	1	2	3	3	4	3	3	2	3	1	3	2	3	2	2
4	3	2	1	2	1	1	1	3	4	5	1	1	2	2	2	4	4	4	1	2
5	5	5	3	4	4	1	3	5	5	5	3	1	4	5	5	5	5	3	4	4
6	4	4	3	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4
7	3	4	3	3	3	2	3	5	4	5	3	2	4	5	3	4	4	5	3	4
8	5	1	5	3	4	1	1	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
9	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
10	5	3	3	3	3	2	3	2	4	4	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3
11	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
12	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
13	5	3	1	5	1	3	3	5	5	5	5	4	4	5	1	5	5	4	1	3
14	5	4	1	5	5	3	4	5	5	5	5	2	5	5	1	5	5	4	1	3
15	1	1	1	1	1	3	1	5	4	5	5	1	3	5	1	5	5	5	1	1
16	5	3	2	5	4	2	3	5	4	5	3	4	4	5	3	5	5	5	3	3
17	2	2	1	1	1	1	1	2	3	5	1	1	4	3	2	4	3	3	2	3
18	4	3	2	3	2	1	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	1	2
19	3	2	1	2	2	1	2	3	3	4	2	1	4	1	1	2	2	2	1	1
20	5	2	1	3	1	5	1	5	5	5	2	2	3	5	3	5	1	5	3	4

Anexo 13 - Base de Datos de la Prueba Piloto de Competitividad

	Competitividad																			
	Liderazgo en costos								Diferenciación								Segmentación			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	5	5	
2	5	3	1	1	1	5	1	2	3	2	3	1	1	5	3	5	5	4	5	4
3	1	1	3	2	2	4	3	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	2	3	3
4	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2	5	4	
5	1	1	1	1	4	5	1	1	1	1	1	5	3	3	4	5	5	5	5	5
6	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4
7	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4
8	5	4	3	2	3	5	1	2	5	1	4	3	2	5	4	5	5	1	1	4
9	5	5	5	4	5	5	4	4	1	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
10	5	4	3	2	3	2	2	3	3	1	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5
11	5	5	5	4	5	5	4	4	1	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
12	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	4	4	5	4	3	1	1	3	3	3	3	2	3	3	4	4	5	4
14	5	5	4	4	5	3	3	1	1	3	3	3	3	4	3	5	5	4	5	4
15	2	2	1	1	3	4	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	3	1	5	5
16	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3
17	3	3	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	1	1	2	4	2	4	4	4
18	3	2	3	2	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
19	2	2	2	1	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2
20	4	5	1	2	4	3	4	3	2	3	2	3	2	3	4	5	4	5	5	5

Anexo 14 - Fiabilidad del instrumento administración estratégica

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,945	20

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	50,8500	258,239	,742	,941
VAR00002	51,0000	254,421	,839	,938
VAR00003	51,5000	262,895	,733	,941
VAR00004	51,8500	268,766	,743	,941
VAR00005	51,1000	265,568	,709	,941
VAR00006	50,3500	291,503	,196	,948
VAR00007	51,9500	267,208	,741	,940
VAR00008	52,1000	265,147	,798	,940
VAR00009	52,4000	287,305	,269	,947
VAR00010	52,0500	272,155	,720	,941
VAR00011	51,9500	267,208	,741	,940
VAR00012	52,1000	265,147	,798	,940
VAR00013	52,4000	287,305	,269	,947
VAR00014	52,0500	272,155	,720	,941
VAR00015	51,2000	272,063	,618	,942
VAR00016	51,7000	270,432	,788	,940
VAR00017	51,1500	258,976	,807	,939
VAR00018	51,0500	263,208	,836	,939
VAR00019	50,2500	276,934	,468	,945
VAR00020	49,8500	281,818	,606	,943

Anexo 15 - Fiabilidad del instrumento variable financiamiento

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,924	20

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	63,2000	264,589	,603	,920
VAR00002	64,5000	262,474	,612	,920
VAR00003	64,8500	255,082	,648	,919
VAR00004	64,0500	260,366	,626	,920
VAR00005	64,7000	246,432	,801	,915
VAR00006	65,2500	269,882	,473	,923
VAR00007	64,4500	262,682	,511	,923
VAR00008	63,4000	266,253	,555	,921
VAR00009	63,4000	270,253	,517	,922
VAR00010	62,6000	283,411	,436	,925
VAR00011	64,2000	262,695	,534	,922
VAR00012	64,7000	252,326	,694	,918
VAR00013	63,8500	263,082	,613	,920
VAR00014	63,1500	260,661	,698	,918
VAR00015	64,4500	255,734	,614	,920
VAR00016	63,1000	268,516	,556	,921
VAR00017	63,3000	265,905	,543	,922
VAR00018	63,3500	270,134	,485	,923
VAR00019	64,7000	254,116	,673	,919
VAR00020	64,4500	263,208	,707	,919

Anexo 16 - Fiabilidad del instrumento variable competitividad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,939	20

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	56,9000	245,147	,748	,934
VAR00002	57,0500	242,576	,820	,932
VAR00003	57,5500	250,366	,724	,934
VAR00004	57,9000	255,779	,742	,934
VAR00005	57,1500	250,555	,760	,934
VAR00006	56,4000	276,989	,225	,942
VAR00007	58,0000	255,895	,695	,935
VAR00008	58,1500	254,134	,746	,934
VAR00009	58,4500	276,997	,182	,943
VAR00010	58,1000	259,358	,710	,935
VAR00011	57,7000	256,642	,770	,934
VAR00012	57,2500	257,776	,649	,936
VAR00013	57,7500	257,250	,791	,934
VAR00014	57,2000	246,800	,792	,933
VAR00015	57,1000	250,832	,822	,933
VAR00016	56,3000	262,116	,507	,938
VAR00017	55,9000	267,147	,657	,937
VAR00018	57,0000	249,684	,755	,934
VAR00019	55,9500	272,050	,265	,943
VAR00020	56,0000	272,842	,417	,939

Anexo 17 - Certificado de Validez del Instrumento Administración Estratégica



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE ADMINISTRACION ESTRATEGICA

Escala				
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: FORMULACION								
1	Los trabajadores de la empresa conocen la misión de la empresa	X						
2	Los trabajadores de la empresa están motivados para lograr la visión de la empresa	X						
3	En la elaboración del FODA participan los supervisores, jefes, gerentes y dueños de la empresa	X						
4	Las oportunidades y amenazas son revisadas para los cambios en las estrategias de la empresa	X						
5	Las estrategias de la empresa permiten ser competitivos en el sector textil	X						
6	Los trabajadores disponen de los recursos para cumplir con las actividades establecidas	X						
DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACION								
7	Las jefaturas están capacitadas para lograr los objetivos de la empresa	X						



8	La empresa comunica a los colaboradores los objetivos de la empresa	X						
9	La empresa respeta los derechos de los trabajadores	X						
10	Los trabajadores con elevada productividad reciben bonificaciones de la empresa	X						
11	Los trabajadores motivados logran sus metas planeadas	X						
12	Los trabajadores comprometidos reciben reconocimiento por la empresa	X						
13	Los trabajadores disponen de los recursos para lograr las actividades establecidas	X						
14	Los trabajadores cumplen las actividades programadas	X						
DIMENSIÓN 3: EVALUACION								
15	El personal capacitado contribuye a la eficiencia de la empresa	X	No	Si	No	Si	No	
16	El trabajo en equipo es favorable para lograr las metas de la empresa	X						
17	La importación de prendas de vestir amenaza al sector textil del país	X						
18	La globalización es una oportunidad de captar nuevos clientes en el exterior	X						
19	Las páginas web y las ventas por internet favorece a las ventas de la empresa	X						
20	La innovación favorece a la competitividad de la empresa	X						



Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplicable
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Contreras Rivera Robert Julio DNI:09961475

Grado y Especialidad del validador: Dr. Administración.....

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

San Juan de Lurigancho, 15 de Julio del 2020

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

Anexo 18 Certificado de Validez del Instrumento que mide Financiamiento



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE FINANCIAMIENTO

Escala				
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: FINANCIAMIENTO INTERNO								
1	Los beneficios no distribuidos permitirán incrementar las inversiones en la empresa	X						
2	Los beneficios no distribuidos financiarán la compra de tecnología moderna	X						
3	El resultado del ejercicio con utilidad incrementará la rentabilidad de la empresa	X						
4	El resultado del ejercicio con utilidad favorece realizar compras a bajos precios	X						
5	La rotación de los inventarios favorece disponer de liquidez en la empresa	X						
6	La eficiencia en la administración de las cuentas por cobrar incrementa el capital de trabajo	X						
DIMENSIÓN 2: FINANCIAMIENTO EXTERNO								
7	La competencia en el sistema financiero favorece a la disminución de la tasa activa	X						



8	Las cajas municipales de ahorro y crédito son alternativas de financiamiento viables	X						
9	El historial crediticio en las centrales de riesgo influye en la calificación del crédito.	X						
10	El leasing permite disponer de un activo sin disponer de una garantía	X						
11	El leasing las permite acceder a beneficios tributarios a la empresa	X						
12	El leasing tiene mayor costo financiero en relación al financiamiento bancario	X						
13	El descuento de los títulos valores permite financiar inversiones en la empresa	X						
14	El factoring permite negociar las facturas para disponer de liquidez en la empresa	X						
DIMENSIÓN 3: CONDICION DE FINANCIAMIENTO								
15	La competencia en el sistema financiero permite acceder a diversos plazos de endeudamiento	X						
16	Las cajas municipales de ahorro y crédito son alternativas de financiamiento viables	X						
17	Las empresas que disponen de garantías reales acceden a tasas activas preferenciales	X						
18	Las empresas que disponen de garantías reales califican a créditos para capital de trabajo	X						
19	El sistema bancario ofrece tasas de interés según el tipo de producto financiero	X						



20	Las cajas municipales de ahorro y crédito ofrecen tasas de interés competitivos a clientes con menor riesgo	X						
----	---	---	--	--	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplicable
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Contreras Rivera Robert Julio DNI:09961475

Grado y Especialidad del validador: Dr. Administración.....

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.

San Juan de Lurigancho, 15 de Julio del 2020

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

Anexo 19 - Certificado de Validez del Instrumento que mide Competitividad.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

Escala				
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: LIDERAZGO EN COSTOS								
1	La productividad contribuye a incrementar la rentabilidad de la empresa	X						
2	La productividad influye en la reducción de los costos del producto	X						
3	Minimizar los tiempos en la producción favorece disminuir los costos	X						
4	El control de los tiempos en el proceso productivo favorece incrementar la productividad	X						
5	Las materias primas selectas contribuyen a la calidad del producto	X						
6	La capacitación del personal influye en la calidad de los productos	X						
7	La tecnología permite mejorar los procesos productivos	X						
8	La tecnología es favorable para el control eficiente de los inventarios	X						
DIMENSIÓN 2: DIFERENCIACION								
9	El servicio eficiente favorece fidelizar a los clientes	X						
10	El servicio post venta añade valor al cliente	X						
11	La innovación favorece la competitividad de la empresa	X						



12	La inversión en capacitación es favorable para la innovación	X						
13	La innovación permite establecer estrategias de precios	X						
14	La calidad del producto influye establecer precios competitivos	X						
15	La marca influye en la decisión de compra del cliente	X						
16	La marca establece el estatus del cliente	X						
DIMENSIÓN 3: SEGMENTACION								
17	Los clientes de altos ingresos prefieren comprar marcas prestigiosas	X						
18	Los diseños innovadores permiten segmentar a clientes exclusivos.	X						
19	El diseño de moda para jóvenes se ve influenciado por las redes sociales	X						
20	Los diseños americanos influyen en la adquisición de prendas femeninas	X						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplicable

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Contreras Rivera Robert Julio** DNI:09961475

Grado y Especialidad del validador: **Dr. Administración**.....

San Juan de Lurigancho, 15 de Julio del 2020

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

Anexo 20 Certificado de Validez del Instrumento Administración Estratégica



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE ADMINISTRACION ESTRATEGICA

Nº	DIMENSIONES / ítems	Escala					Sugerencias
		Nunca 1	Casi nunca 2	A veces 3	Casi siempre 4	Siempre 5	
DIMENSIÓN 1: FORMULACION							
1	Los trabajadores de la empresa conocen la misión de la empresa		X				
2	Los trabajadores de la empresa están motivados para lograr la visión de la empresa		X				
3	En la elaboración del FODA participan los supervisores, jefes, gerentes y dueños de la empresa		X				
4	Las oportunidades y amenazas son revisadas para los cambios en las estrategias de la empresa		X				
5	Las estrategias de la empresa permiten ser competitivos en el sector textil		X				
6	Los trabajadores disponen de los recursos para cumplir con las actividades establecidas		X				
DIMENSIÓN 2: IMPLEMENTACION							
7	Las jefaturas están capacitadas para lograr los objetivos de la empresa		X				



8	La empresa comunica a los colaboradores los objetivos de la empresa		X					
9	La empresa respeta los derechos de los trabajadores		X					
10	Los trabajadores con elevada productividad reciben bonificaciones de la empresa		X					
11	Los trabajadores motivados logran sus metas planeadas		X					
12	Los trabajadores comprometidos reciben reconocimiento por la empresa		X					
13	Los trabajadores disponen de los recursos para lograr las actividades establecidas		X					
14	Los trabajadores cumplen las actividades programadas		X					
DIMENSIÓN 3: EVALUACION								
15	El personal capacitado contribuye a la eficiencia de la empresa		X					
16	El trabajo en equipo es favorable para lograr las metas de la empresa		X					
17	La importación de prendas de vestir amenaza al sector textil del país		X					
18	La globalización es una oportunidad de captar nuevos clientes en el exterior		X					
19	Las páginas web y las ventas por internet favorece a las ventas de la empresa		X					
20	La innovación favorece a la competitividad de la empresa		X					

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplicable
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Janampa Acuña Nerio DNI: 28270171
Grado y Especialidad del validador: Doctor en Administración.....

- 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

San Juan de Lurigancho, 14 de Julio del 2020



Anexo 21 - Certificado de Validez del Instrumento que Mide Financiamiento



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE FINANCIAMIENTO

		Escala						
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
		1	2	3	4	5		
DIMENSIONES / ítems								
DIMENSIÓN 1: FINANCIAMIENTO INTERNO		Pertinencia¹		Relevancia²		Claridad³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	Los beneficios no distribuidos permitirán incrementar las inversiones en la empresa	X						
2	Los beneficios no distribuidos financiarán la compra de tecnología moderna	X						
3	El resultado del ejercicio con utilidad incrementará la rentabilidad de la empresa	X						
4	El resultado del ejercicio con utilidad favorece realizar compras a bajos precios	X						
5	La rotación de los inventarios favorece disponer de liquidez en la empresa	X						
6	La eficiencia en la administración de las cuentas por cobrar incrementa el capital de trabajo	X						
DIMENSIÓN 2: FINANCIAMIENTO EXTERNO		Si		No		Si		No
7	La competencia en el sistema financiero favorece a la disminución de la tasa activa	X						



8	Las cajas municipales de ahorro y crédito son alternativas de financiamiento viables	X						
9	El historial crediticio en las centrales de riesgo influye en la calificación del crédito.	X						
10	El leasing permite disponer de un activo sin disponer de una garantía	X						
11	El leasing las permite acceder a beneficios tributarios a la empresa	X						
12	El leasing tiene mayor costo financiero en relación al financiamiento bancario	X						
13	El descuento de los títulos valores permite financiar inversiones en la empresa	X						
14	El factoring permite negociar las facturas para disponer de liquidez en la empresa	X						
DIMENSIÓN 3: CONDICION DE FINANCIAMIENTO		Si		No		Si		No
15	La competencia en el sistema financiero permite acceder a diversos plazos de endeudamiento	X						
16	Las cajas municipales de ahorro y crédito son alternativas de financiamiento viables	X						
17	Las empresas que disponen de garantías reales acceden a tasas activas preferenciales	X						
18	Las empresas que disponen de garantías reales califican a créditos para capital de trabajo	X						
19	El sistema bancario ofrece tasas de interés según el tipo de producto financiero	X						



20	Las cajas municipales de ahorro y crédito ofrecen tasas de interés competitivos a clientes con menor riesgo	X						
----	---	---	--	--	--	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplicable
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Janampa Acuña Nerio DNI:28270171
 Grado y Especialidad del validador: Doctor en Administración.....

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

San Juan de Lurigancho, 14 de Julio del 2020

Anexo 22 - Certificado de Validez del Instrumento que Mide Competitividad



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

		Escala						
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre		
		1	2	3	4	5		
N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: LIDERAZGO EN COSTOS								
1	La productividad contribuye a incrementar la rentabilidad de la empresa	X						
2	La productividad influye en la reducción de los costos del producto	X						
3	Minimizar los tiempos en la producción favorece disminuir los costos	X						
4	El control de los tiempos en el proceso productivo favorece incrementar la productividad	X						
5	Las materias primas selectas contribuyen a la calidad del producto	X						
6	La capacitación del personal influye en la calidad de los productos	X						
7	La tecnología permite mejorar los procesos productivos	X						
8	La tecnología es favorable para el control eficiente de los inventarios	X						
DIMENSIÓN 2: DIFERENCIACION								
9	El servicio eficiente favorece fidelizar a los clientes	X						
10	El servicio post venta añade valor al cliente	X						
11	La innovación favorece la competitividad de la empresa	X						



12	La inversión en capacitación es favorable para la innovación	X						
13	La innovación permite establecer estrategias de precios	X						
14	La calidad del producto influye establecer precios competitivos	X						
15	La marca influye en la decisión de compra del cliente	X						
16	La marca establece el estatus del cliente	X						
DIMENSIÓN 3: SEGMENTACION								
17	Los clientes de altos ingresos prefieren comprar marcas prestigiosas	X						
18	Los diseños innovadores permiten segmentar a clientes exclusivos.	X						
19	El diseño de moda para jóvenes se ve influenciado por las redes sociales	X						
20	Los diseños americanos influyen en la adquisición de prendas femeninas	X						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplicable
 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Janampa Acuña Nerio DNI: 28270171
 Grado y Especialidad del validador: Doctor en Administración.....

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

San Juan de Lurigancho, 14 de Julio del 2020



Declaratoria de Originalidad del Autor

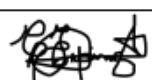
Yo Espinoza Agurto Carlos Aurelio, egresado de la Escuela de posgrado Programa académico de Maestría en Administración de Negocios - MBA de la Universidad César Vallejo campus (Sede Lima Este), declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación titulado:

"Administración estratégica, financiamiento y competitividad en una empresa de confecciones textiles del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2020.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que el Trabajo de Investigación:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima 25 de julio de 2020

Apellidos y Nombres del Autor Espinoza Agurto Carlos Aurelio	
DNI: 08283815	Firma 
ORCID: 0000-0003-4246-1991	

