



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

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

**Evaluación de planeamiento estratégico de una empresa de  
organización de eventos, Huancayo, 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**Maestra en Administración de Negocios - MBA**

**AUTORA:**

Palomino Nuñez, Maria Regina ([orcid.org/0000-0002-4634-893X](https://orcid.org/0000-0002-4634-893X))

**ASESOR:**

Dr. Jiménez Calderón, César Eduardo ([orcid.org/0000-0001-7894-7526](https://orcid.org/0000-0001-7894-7526))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y herramientas gerenciales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

### **Dedicatoria**

A mi familia, por su apoyo incondicional en el logro de mis objetivos personales y profesionales.

### **Agradecimiento**

A la Universidad Cesar Vallejo, por su contribución en el desarrollo de profesionales en el Perú.

Al Programa Académico de Maestría en Administración de Negocios MBA, por su aporte en el fortalecimiento de capacidades de los estudiantes.

## Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2. Variables y operacionalización .....	12
3.3. Población, muestra y muestreo .....	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	13
3.5. Procedimientos.....	14
3.6. Método de análisis de datos.....	14
3.7. Aspectos éticos .....	14
IV. RESULTADOS .....	15
V. DISCUSIÓN.....	22
VI. CONCLUSIONES.....	24
VII. RECOMENDACIONES .....	25
REFERENCIAS.....	26
ANEXOS .....	31

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:</b> Distribución de frecuencias para la dimensión formulación estratégica .	15
<b>Tabla 2:</b> Distribución de frecuencias para la dimensión implementación estratégica .....	15
<b>Tabla 3:</b> Distribución de frecuencias para la dimensión evaluación estratégica ..	16
<b>Tabla 4:</b> Estadístico de correlación Rho de Spearman de Planeamiento estratégico .....	17
<b>Tabla 5:</b> Estadístico de correlación Rho de Spearman de Formulación estratégica e implementación estratégica .....	18
<b>Tabla 6:</b> Estadístico de correlación Rho de Spearman de formulación estratégica y evaluación estratégica.....	19
<b>Tabla 7:</b> Estadístico de correlación Rho de Spearman de implementación estratégica y evaluación estratégica.....	20

## Índice de gráficos y figuras

Figura 1: Etapas del planeamiento estratégico .....	8
---	---

## Resumen

La presente tesis tuvo como objetivo general de la investigación fue determinar de qué forma se relaciona el planeamiento estratégico con sus dimensiones, formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos, Huancayo, 2022. El método general de investigación el científico, de tipo aplicada, el nivel de investigación fue descriptivo correlacional, así como el diseño de investigación fue no experimental transversal. La muestra estuvo compuesta por 27 colaboradores de la empresa, para lo cual se realizó un estudio de tipo censal, a quienes se les aplicó el instrumento de investigación, cuestionario de preguntas cerradas con escala Likert. La hipótesis general de investigación fue el planeamiento estratégico se relaciona directa y significativamente con las dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos, Huancayo, 2022. Para la contrastación de hipótesis se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman ( $p < 0,05$ ), lo cual permitió llegar a la conclusión de que existe una relación directa y significativa entre el planeamiento estratégico y sus dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos.

Palabras Clave: planeamiento estratégico, eventos, plan estratégico

## **Abstract**

The present thesis had as general objective of the investigation was to determine how strategic planning is related to its dimensions, formulation, implementation and evaluation in an event organization company, Huancayo, 2022. The general method of scientific investigation, of applied type, the level of research was descriptive correlational, as well as the research design was non-experimental cross-sectional. The sample was made up of 27 employees of the company, for which a census-type study was carried out, to whom the research instrument, a questionnaire of closed questions with a Likert scale, was applied. The general research hypothesis was that strategic planning is directly and significantly related to the formulation, implementation and evaluation dimensions in an event organization company, Huancayo, 2022. Spearman's correlation coefficient was used to test the hypothesis ( $p < 0.05$ ), which allowed us to conclude that there is a direct and significant relationship between strategic planning and its formulation, implementation and evaluation dimensions in an event organization company.

Keywords: strategic planning, events, strategic plan



## I. INTRODUCCIÓN

Los efectos de la pandemia afectaron directamente gran parte de las actividades económicas a nivel mundial, esto debido a las medidas adoptadas para frenar el avance acelerado en muchos países, incluido el nuestro; uno de los rubros con mayor afectación fueron los eventos y realización de espectáculos públicos, que desde marzo del 2020, cuando fue declarada pandemia esta enfermedad, paralizaron sus actividades al 100%, cancelando y postergando de esta manera festivales masivos en diversos puntos del mundo, afectando también a sectores relacionados como la hotelería, turismo y proveedores en general. (Statista, 2021). El desconocimiento de acciones como el planeamiento estratégico en una empresa supone un riesgo para el éxito empresarial, así como no tener herramientas de respuesta ante contingencias, también de indicadores que midan los resultados y una constante evaluación de ello, que permiten construir empresas competitivas.

La pandemia generada por el Covid-19 desató una de las peores crisis sanitarias y económicas en el mundo, y el Perú no fue ajeno al impacto generando una contracción del crecimiento económico del país, pues para enfrentar dicho contexto, se tuvieron que paralizar las actividades económicas en muchos sectores. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020)

La orientación del plan estratégico debe dirigirse al logro de una ventaja competitiva, así como la posición de la empresa en pensamiento del cliente que permita tener resultados financieros positivos y a favor de la organización. (Romero, Sánchez, Rincón y Romero, 2021)

El año 2020, representó la peor caída en el sector del entretenimiento con la producción y realización de eventos artísticos en el mundo, debido a las restricciones de distanciamiento social y a las cuarentenas declaradas por los gobiernos, los dos primeros meses de 2022 fueron los últimos en llevarse eventos con normalidad. (OBS Business School, 2021) La pandemia no solo afectó económicamente a las empresas, pues también se vio afectado el posicionamiento de las marcas debido a los cambios en los

hábitos sociales, patrones de consumo y otros factores. La paralización de las actividades culturales, artísticas y de entretenimiento han generado pérdidas que ascienden a 588 millones de dólares, debido a las restricciones sanitarias y la prohibición de la realización de eventos en el país. (Diario Gestión, 2020)

Al igual que muchas empresas del sector, la empresa en estudio fue afectada por la cuarentena y medidas restrictivas impuestas en el año 2020. De esta forma, es imperiosa la necesidad de trabajar en estrategias y tácticas que permitan generar en la marca llegar a sus objetivos, fomentando una empresa competitiva y posicionada en el mercado.

Las organizaciones se vieron forzados a adoptar alternativas y alternativas de solución a los estragos de la pandemia, incluso adaptando sus modelos de negocio, de esta forma, la innovación, la tecnología, así como también el marketing digital y el planeamiento estratégico se convirtieron en herramientas imprescindible para las organizaciones. (García, Grilló y Morte, 2021)

Sobre la problemática expuesta, se planteó la pregunta del estudio: ¿Cuál es la relación del planeamiento estratégico de la empresa con sus dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos Huancayo, 2022? También se tienen los siguientes problemas específicos de investigación. ¿De qué manera la formulación estratégica se relaciona con la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo, 2022?, ¿De qué manera la formulación estratégica se relaciona la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo, 2022? y ¿De qué forma la implementación estratégica se relaciona con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo, 2022?

La investigación se justificó por la necesidad de estudiar de qué forma se relaciona el planeamiento estratégico con la empresa . Respecto a la justificación teórica de la investigación, ésta radicó en la evaluación y análisis de antecedentes investigativos desarrollados respecto a las variables de

estudio y sus dimensiones respectivas, sustentadas en aportes teóricos. La importancia social de la investigación radicó en desarrollar un marco investigativo del tema en el sector económico en mención que pueda ser usado por otras empresas relacionadas.

La justificación metodológica estuvo orientada a la comprensión de la variable de estudio a través de la validación y confiabilidad de sus instrumentos y análisis de resultados, que permita ser usado como referencia académica y bibliográfica en posteriores estudios, íntegramente relacionado a la problemática que se ha desarrollado.

Mediante esta investigación se planteó alcanzar el siguiente objetivo general: Determinar de qué forma se relaciona el planeamiento estratégico con sus dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022. Así también se tienen los siguientes objetivos específicos: identificar cuál es la relación entre la formulación estratégica y la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022; determinar de qué manera la formulación estratégica se relaciona con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022 e identificar de qué forma la implementación estratégica se relaciona con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022.

La hipótesis general de la investigación fue: El planeamiento estratégico se relaciona directa y significativamente con las dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos, Huancayo - 2022. De igual forma, se plantearon las siguientes hipótesis específicas: La formulación estratégica se relaciona directa y significativamente con la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022, la formulación estratégica se relaciona directa y significativamente con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022; y la implementación estratégica se relaciona directa y significativamente con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Según otros estudios realizados a nivel internacional con relación a planeamiento estratégico:

Para Jaramillo y Tenorio (2019), buscan estudiar el planeamiento estratégico y su relación con el desarrollo empresarial para lograr los objetivos de la investigación se utilizó en enfoque cuantitativo y de nivel descriptivo, así como la aplicación del método deductivo – inductivo. Dentro de los resultados más resaltantes del estudio se identificó que en las empresas el planeamiento es necesario y pilar porque permite anticipar a situaciones adversas y para implementar planes de acción para actuar teniendo como objetivo el crecimiento y desarrollo empresarial. Finalmente se concluyó que, la planeación estratégica aporta al desarrollo empresarial y permite que las organizaciones sean más competitivas.

García, Durán, Cardeño, Prieto, Garcia y Paz (2017), las etapas ejecutadas en mypes para mejorar su competencia. Se enfocó en estudiar las mypes que realizan operaciones de exportación de sector como producción textil en Barranquilla, Colombia. Para el desarrollo de la investigación aplicó el enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, así como un diseño no experimental y transaccional. Entre los resultados más destacados se determinó que los empresarios emplean la formación en estrategias, ejecución y evaluación de ellas para alcanzar sus objetivos, así mismo los autores afirmaron que los encuestados preparan a su personal antes de aplicar una estrategia. De esta manera, los autores concluyeron que uno de los principales objetivos de la planificación estratégica es que las empresas dispongan de las herramientas necesarias para asumir procesos de cambios y permanecer en el mercado buscando la competitividad empresarial.

Gomez (2019), el estudio tuvo como objetivo principal implementar un plan estratégico en la Mazars Colombia SAS esto para mejorar el sistema administrativo dan en cuentas las 3 etapas (organización, dirección y control), el estudio es de carácter descriptivo el tipo de investigación es no experimental y el diseño sería el transaccional. Entre los resultados resaltantes se identifica las amenazas, debilidades, fortalezas y amenazas de la institución así también se identificó de la empresa no tiene los objetivos bien definidos.

Finalmente, concluyó que el desarrollo y aplicación del plan estratégico a través del cuadro de mando integral permite identificar metas y plantear objetivos a seguir, estableciendo para ello indicadores de control.

Rojas (2019), el estudio se enfocó en la empresa GSA Colombia, a través de una metodología descriptiva, con un enfoque cuantitativo. Arribó a los siguientes resultados: la matriz PESTEL orienta a la identificación y diagnóstico adecuado de la empresa a través de factores externos; la herramienta de las 5 fuerzas de Porter permitió identificar los factores de afectación sobre la empresa, así como el poder de negociación de cada factor. Finalmente, concluyó que el cuadro de mando integral BSC permitirá a la empresa de estudio medir el avance, desempeño y analizar las metas cumplidas luego de implementar las estrategias planteadas en el plan.

Según los antecedentes nacionales encontrados con relación a planeamiento estratégico tenemos a:

Zuñiga (2020), se enfocó en la ciudad de Chimbote, en Perú, p usaron el método científico, a través del enfoque cuantitativo de investigación, con un diseño no experimental de alcance descriptivo, el objetivo principal fue analizar las mypes de dicha ciudad hacen uso de los instrumentos de gestión del planeamiento estratégico. Se obtuvo una muestra de estudio estuvo compuesta por 67 sujetos de estudio. Entre los resultados más destacados se puede mencionar que: El 22% de los encuestados manifestaron que se encuentran en un nivel logrado de planeamiento estratégico, mientras que 43% mencionó que se encuentra en proceso respecto del uso de herramientas del planeamiento. Finalmente, el autor concluyó que existe los empresarios Chimbote utilizan instrumentos de planeamiento estratégico.

Ramirez (2015). En su tesis, se orientó a determinar cómo influye el planeamiento estratégico en los resultados económicos y desarrollos de pequeñas empresas, además de evaluar el aspecto interno, externo e implementar un plan estratégico. Para cumplir con los objetivos de investigación, aplicó una investigación de tipo descriptivo y longitudinal, y también los métodos de análisis y síntesis, así como el inductivo e inductivo. Se enfocó en la empresa Lácteos Líderes E.I.R.L., realizando análisis documental y bibliográfico. Entre los resultados más importantes destacan

que: la posición estratégica de la empresa se encuentra por encima de promedio, así como también que los indicadores financieros como liquidez, solvencia, rentabilidad y gestión tienen tendencia negativa. Finalmente, concluyó que: se debe incrementar la participación para lograr el posicionamiento esperado, así como implementar un área de marketing que les permita realizar investigaciones de mercado.

Quispe (2021), la investigación se orientó en una muestra conformada por 40 docentes de la I.E. Viva El Perú., con una investigación de tipo aplicada, además de ser correlacional y no experimental, así mismo su diseño fue correlacional. Dentro de los resultados más representativos se encuentran: existe relación entre el planeamiento estratégico y la gestión de la calidad en la institución donde se aplicó la investigación, confirmando la hipótesis alterna con un  $r=0.633$ , así mismo existe relación entre la misión y la gestión de la calidad con un valor de  $r=0.857$ .

Pérez, Arque, Palomino y Romainville (2016), los objetivos de investigación, los autores utilizaron las entrevistas para recolectar datos, dentro de los resultados más resaltantes indicaron que el plan estratégico de la empresa aborda una visión amplia e integral que controla el proceso estratégico, además el tablero de mando integral permite visualizar integralmente los procesos. Finalmente concluyeron que se identificaron siete oportunidades, así como siete amenazas, diez factores claves de éxito, seis intereses organizacionales y nueve fortalezas.

Chalco (2015), se determinó como problema de investigación de qué manera el diseño del plan estratégico contribuye que es necesario una mejor toma de decisiones a nivel gerencial para obtener mayor participación en el mercado de la empresa de estudio, el tipo de investigación fue no experimental, descriptivo y explicativo. Dentro de los resultados resaltantes, determinaron que es factible el diseño e implementación de un plan estratégico acorde a la visión y misión de la empresa para el logro de sus objetivos. Finalmente concluyó que, la metodología de diseño del planeamiento estratégico contribuye de manera positiva para lograr el posicionamiento.

En referencia a las teorías relacionadas al tema de investigación, y específicamente a la variable de estudio, planeamiento estratégico, podemos mencionar que:

D'Alessio (2008) afirma acerca del planeamiento estratégico que las etapas de un proceso estratégico son el conjunto de actividades sistematizadas para alcanzar un objetivo o misión en una empresa (p.8). El planeamiento estratégico constituye un eje fundamental para las empresas, pues permite que se orienten a largo plazo en busca de alcanzar sus metas.

Johnson, Scholes y Whittington (2006) sostienen que “las decisiones estratégicas tratan de lograr cierta ventaja para la organización respecto de la competencia” (p.7). Justamente, en ese aspecto radica la relevancia e importancia del planeamiento estratégico para la empresa, y como puede posicionarse en la mente del cliente frente a la competencia.

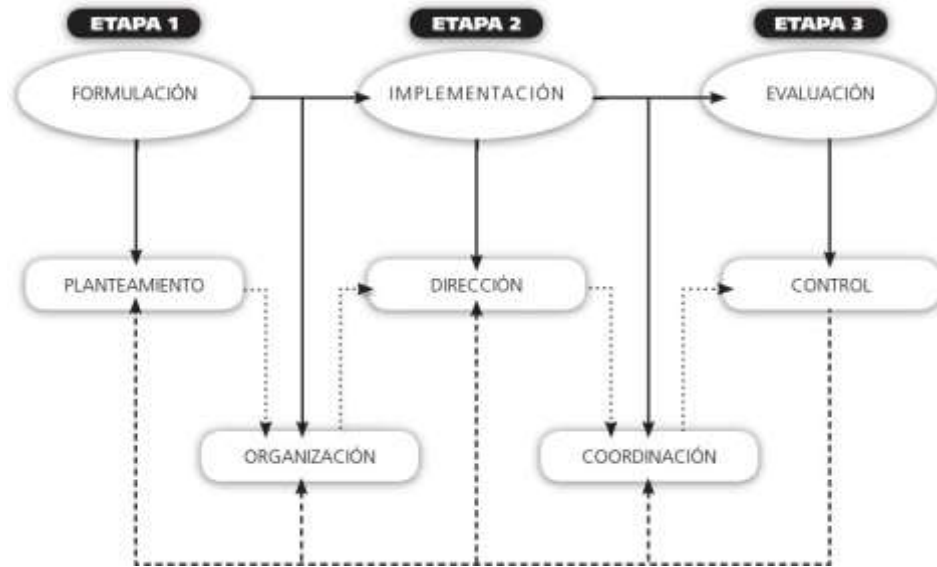
El planeamiento estratégico, constituye la inserción de las organizaciones en el mercado, evaluando y considerando sus factores internos, recursos y capacidades, así como aprovechando las oportunidades externas, que permitan establecer puntos de acción para el logro de objetivo. Guerras y Navas (2015)

Respecto al planeamiento estratégico Johnson, Scholes y Whittington (2006) sostienen que el planeamiento estratégico es un proceso amplio que incluye la comprensión de la posición estratégica de una empresa, negocio u organización, sus elecciones estratégicas y las acciones que realice pensando en su futuro.

El planeamiento estratégico es vital dentro de una organización, sin embargo, su éxito depende en gran parte de las decisiones gerenciales que se tomen y de cómo se realiza la supervisión de todo el proceso, pues se deben analizar diversos aspectos como una evaluación interna, externa, así como evaluar a los competidores de la industria, y principalmente al segmento de clientes al cuál se dirige la empresa. (D'Alessio, 2008). Por otro lado, D'Alessio (2008) nos dice que la institución correctamente administrada busca advertir, llevar el control y predecir las variaciones mediante un sistema que permita alertar oportunamente (p.16)

**Figura 1**

*Etapas del Planeamiento Estratégico*



*Nota.* El cuadro muestra las etapas del planeamiento estratégico.  
*Fuente.* D'Alessio (2008)

El planeamiento estratégico es una serie de pasos que empiezan por definir la visión y misión de la empresa, así como la evaluación interna y externa de los factores que afectan a la empresa, analizando también a la competencia y el mercado, para determinar objetivos que sean realistas, y diseñando las estrategias para alcanzarlos (D'Alessio, 2008).

Así mismo, se plantean 3 etapas dentro del proceso estratégico que son la formulación, implementación y evaluación.

Respecto a la primera dimensión del planeamiento estratégico se considera la formulación, que es un proceso el cual conlleva el planeamiento y también la organización, teniendo en cuenta que esta etapa no garantiza el éxito de la siguiente, que es la implementación. (D'Alessio, 2008). Por otro lado, acerca de ello, Jhonson, Scholes y Whittington (2006) afirman que la formulación es un proceso en el cual se evalúa las fuerzas, factores y restricciones tanto internas como externas que impactan en la empresa, a través de técnicas analíticas.

Por otro lado, la formulación estratégica permite evaluar alternativas válidas que sirvan para alcanzar los objetivos planteados por una empresa,



en donde también las organizaciones deben definir adecuadamente como competir frente a otras empresas, y como deben desarrollar sus actividades en el mediano y largo plazo, atendiendo a las condiciones internas y del entorno (Guerras y Navas, 2015).

Como segunda dimensión de la variable implementación se tiene a la implementación, proceso de la planificación estratégica conformada por los procesos de dirección y coordinación. (D'Alessio, 2008).

Este proceso, de implementación, debe tangibilizar lo propuesto en la primera etapa, de formulación, pues ya supone establecer acciones concretas, para ello es necesario el liderazgo de la alta dirección, así como el soporte de toda la cultura empresarial. Esta etapa se caracteriza por poseer 4 elementos: objetivos a corto plazo, así como las políticas, recursos y finalmente la estructura organizacional, pues los recursos humanos son el eje fundamental para el éxito de todo proceso de planeamiento estratégico (D'Alessio, 2008).

También conocida como implantación estratégica, la etapa de implementación supone realizar una arquitectura de los planes de acción, pues estos deben orientarse a cumplir los objetivos estratégicos, en la cual se deben identificar las acciones a realizar, responsables, y detallar la prioridad de cada una de las acciones (Altair Consultores, s.f.).

Finalmente, la tercera dimensión es la evaluación, que es una etapa global que va desde el inicio del planeamiento y considera al control y corrección de todo el proceso, de ser el caso, así mismo en esta etapa se identifica las brechas entre lo esperado y lo realizado, y permite la supervisión y ajustes que puedan realizarse al plan luego de identificar las falencias, para llegar a los objetivos (D'Alessio, 2008).

Es importante considerar que, en la evaluación de las estrategias se debe tener en cuenta la factibilidad, así como la aceptabilidad de las estrategias aplicadas, pues muchas veces se plantea estrategias no relevantes ni que se puedan implementar realmente y que tampoco puedan ser aceptadas por la organización (Guerras y Navas, 2015).

La permanencia de la evaluación estratégica en todos los procesos del planeamiento, es una de las características más importantes; debido

principalmente a que los cambios y la economía son constantes, nada es permanente, además la frecuencia de las externalidades es evidente, ahí radica la diferencia frente a la forma en la que se planificaba antes, pues ahora tiene una orientación dinámica (D'Alessio, 2008).

Para el éxito del planeamiento estratégico, es necesario realizar una retroalimentación constante, siendo este un proceso permanente y repetitivo, siendo críticos y revisores de cada etapa, con un enfoque no solo a corto, sino también a mediano y largo plazo y teniendo como características: la consistencia, la consonancia, la factibilidad y la ventaja (D'Alessio, 2008).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1. Tipo de investigación

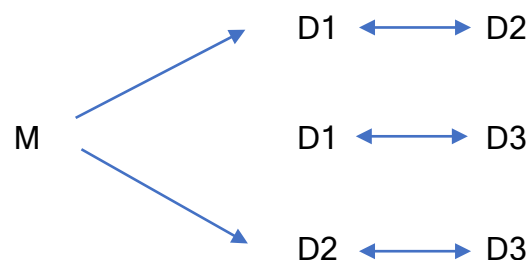
La investigación fue de tipo aplicado, este tipo se diferencia porque está orientado a tener objetivos y propósitos prácticos instantáneos definidos, a diferencia de la investigación básica que es todo lo contrario, además de ello se busca cambiar, transformar, modificar o generar cambios en un área de estudio (Carrasco, 2017). La investigación tuvo propósitos prácticos acerca de la variable de estudio, que permita realizar cambios en un determinado sector económico.

La categoría del enfoque de investigación fue positivista, pues el positivismo aplica la lógica deductiva, cuantitativa, además de ser racionalista, además de encontrarse más direccionado a una estructura metodológica de investigación orientada a ciencias sociales (Pérez, 2015).

##### 3.1.2. Diseño de investigación

El diseño de investigación fue no experimental transversal correlacional, pues la variable de estudio, así como sus dimensiones no sufrirán de ningún tipo de manipulación intencional, además la investigación no tiene grupo de control ni experimental; únicamente lo que se busca es estudiar la variable tal y como son en la realidad, en un único momento Carrasco (2017). Es decir, las variables de estudio fueron observadas y evaluadas sin alterarlas ni manipularlas.

**Esquema de investigación:**



Dónde	:
M	: Trabajadores de la empresa
D <sub>1</sub>	: Formulación estratégica
D <sub>2</sub>	: Implementación estratégica
D <sub>3</sub>	: Evaluación estratégica
r	: influencia

**Enfoque:** El enfoque de la investigación fue cuantitativo, para ello se recolectaron datos a través del instrumento de encuesta, para probar la hipótesis de investigación a través de la medición numérica y la evaluación estadística (Hernandez, Fernandez y Baptista, 2014). La investigación tuvo una hipótesis que fue probada a través del análisis estadístico después de la recolección de datos a través de una encuesta.

**Nivel:** Así, de esta manera, la investigación fue de nivel correlacional, pues pretende establecer la relación entre la variable de investigación y los factores que influyen sobre ella.

### 3.2. Variables y operacionalización

#### Variable 1: Planeamiento Estratégico

##### Definición conceptual

Es un conjunto y secuencia de actividades que desarrolla una organización para alcanzar la visión establecida, ayudándola a proyectarse al futuro (D'Alessio, 2008, p.8).

##### Definición operacional

La variable planeamiento estratégico se operacionaliza a través de 3 dimensiones, y para su medición se utilizará una encuesta de preguntas cerradas con escala Likert.

##### Dimensiones

D1: Formulación

D2: Implementación

D3: Evaluación

##### Indicadores

##### D1: Formulación

- Planteamiento de misión y visión

- Evaluación interna y externa
- Determinación de objetivos

#### **D2: Implementación**

- Recursos asignados
- Organización interna
- Coordinación

#### **D3: Evaluación**

- Supervisión
- Evaluación de desempeño
- Acciones correctivas

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

Respecto a la población, es un conjunto que tienen características comunes y determinadas (Hernández y Mendoza, 2018). Asimismo, sobre la muestra se precisa que es un subgrupo de la población y debe tener características homogéneas y ser representativo para el estudio (Hernández y Mendoza (2018).

La población estuvo conformada por todos los trabajadores de la empresa, constituido por 27 colaboradores, entre personal administrativo, ventas y técnicos.

Debido al tamaño de la población, se realizó una investigación censal, es decir se aplicaron los instrumentos a 27 unidades muestrales, siendo cada colaborador una unidad muestral de investigación.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Técnica**

La técnica de recolección de datos que se utilizó para el estudio, fue la encuesta. Sobre ello, se debe indicar que esta técnica se fundamenta en un grupo de preguntas o cuestionario que tiene como objetivo recoger información de un grupo de personas. (Bernal, 2010)

#### **Instrumento**

El instrumento de recolección de datos que se utilizó en la investigación fue el cuestionario. Estuvo diseñado a través de un

conjunto de preguntas que permitió recoger información de la variable de estudio, con datos necesarios para alcanzar los objetivos de investigación (Bernal, 2010).

Validez

Para la validez de los instrumentos de recolección de datos, se utilizó el alfa de Cronbach.

### **3.5. Procedimientos**

En base a ello, el procesamiento de datos cuantitativos, es decir de las encuestas, se llevaron a cabo mediante el software estadístico IBM SPSS v.25 .

Así también, se utilizó la estadística descriptiva a través de la presentación de distribución de frecuencias y representaciones gráficas.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Para el análisis de los datos se usó la estadística inferencial, como para la contratación de hipótesis, a través del estadístico coeficiente de correlación Rho de Spearman, permitiéndonos de esta manera medir el grado de asociación y correlación entre la variable y sus dimensiones (Bernal, 2010).

### **3.7. Aspectos éticos**

La presente investigación fue realizada por decisión e interés propio del investigador, por lo cual constituye de autoría propia todo el contenido del mismo. Toda la información acerca del desarrollo del presente plan es verídico en cuanto a su utilidad en la investigación; ya que fue obtenida de la empresa de estudio, de acuerdo al código de Ética del a Universidad.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Estadística Descriptiva

#### 4.1.1. Estadística descriptiva para la dimensión Formulación Estratégica

**Tabla 1**

*Distribución de frecuencias para la dimensión formulación estratégica*

Formulación Estratégica				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	37,0	37,0
	A veces	9	33,3	70,4
	Siempre	8	29,6	100,0
	Total	27	100,0	100,0

Se puede apreciar que, el 33.3% de los colaboradores encuestados consideran que la empresa, a veces realiza un proceso adecuado de su formulación estratégica, sin embargo, un cercano 37% considera que nunca lo hace, y un 29.7 que siempre realiza el proceso de formulación estratégica. Así mismo se puede afirmar que, el 70.4% de los encuestados manifestaron que nunca y a veces, la empresa realiza el proceso de formulación estratégica.

#### 4.1.2. Estadística descriptiva para la dimensión Implementación Estratégica

**Tabla 2**

*Distribución de frecuencias para la dimensión implementación estratégica*

Implementación Estratégica				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	33,3	37,0
	A veces	8	29,6	66,7

Siempre	10	37,0	33,3	100,0
Total	27	100,0	100,0	

Se puede apreciar que, el 33.3% de los colaboradores encuestados consideran que la empresa, a veces realiza un proceso adecuado de su formulación estratégica, sin embargo, un cercano 37% considera que nunca lo hace, y un 29.7 que siempre realiza el proceso de formulación estratégica. En dicho extremo, también se aprecia un dato importante, que alrededor de 66.7% consideran que la empresa nunca o a veces realiza el proceso de implementación estratégica, que es una de las etapas más importantes del proceso de planeamiento estratégico.

#### 4.1.3. Estadística descriptiva para la dimensión Evaluación Estratégica

**Tabla 3**

*Distribución de frecuencias para la dimensión evaluación estratégica*

Evaluación Estratégica				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	29,6	33,3
	A veces	10	37,0	66,7
	Siempre	9	33,3	100,0
	Total	27	100,0	100,0

Se aprecia en la distribución que, el 37% de los colaboradores encuestados consideran que la empresa a veces realiza el proceso de evaluación estratégica y que el 33.3% afirma que siempre lo realiza. Por otro lado, el 66.7% considera que la empresa nunca o a veces realiza el proceso de evaluación estratégica.

## 4.2. Estadística Inferencial

### 4.2.1. Contrastación de hipótesis general



### a) Prueba de hipótesis

H<sub>0</sub> : No existe una relación directa entre el planeamiento estratégico y las dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos, Huancayo - 2022.

H<sub>1</sub> : Existe una relación directa entre el planeamiento estratégico y las dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos, Huancayo - 2022.

**Tabla 4**

*Estadístico de correlación Rho de Spearman de Planeamiento estratégico*

		<b>Correlaciones</b>		
			Planeamiento o estratégico	Formulación, implementación y evaluación
Rho de Spearman	Planeamiento estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	1,000*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	27	27
	Formulación, implementación y evaluación	Coefficiente de correlación	1,000**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	27	27

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

El coeficiente de correlación Rho=1.000 y la significancia bilateral es p=0.000, es menor al valor de significancia propuesto 0.05 (0.05>0.000), de esta forma rechazamos la hipótesis nula, y de acuerdo al índice de interpretación el coeficiente hallado indica una correlación positiva grande, en este sentido se acepta la hipótesis alterna (H1) y se llega a

la conclusión que existe una relación directa entre el planeamiento estratégico y las dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa y dicha relación es positiva grande y perfecta.

#### 4.2.2. Contrastación de hipótesis específica 1

##### a) Prueba de hipótesis

H0 : No existe una relación directa entre la formulación estratégica y la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022.

H1 : Existe una relación directa entre la formulación estratégica y la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022.

**Tabla 5**

*Estadístico de correlación Rho de Spearman de Formulación estratégica e implementación estratégica*

Correlaciones				
			Formulación Estratégica	Implementación Estratégica
Rho de Spearman	Formulación estratégica	Coefficiente de correlación	1,000	0,809*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	27	27
	Implementación estratégica	Coefficiente de correlación	0.809**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	27	27

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

Luego del procesamiento estadístico inferencial, se determinó el coeficiente de Rho, con un valor de 0.809,

además de una significancia bilateral de  $p=0.000$ , siendo éste último menor al valor de significancia propuesto  $0.05$  ( $0.05 > 0.000$ ), de esta forma rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alterna, y de acuerdo al índice de interpretación el coeficiente hallado indica una correlación positiva alta, en este sentido se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ), se llega a la conclusión que existe una relación directa entre la formulación estratégica y la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022.y dicha relación es positiva alta.

#### 4.2.3. Contrastación de hipótesis específica 2

##### a) Prueba de hipótesis

$H_0$  : No existe una relación directa entre la formulación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022.

$H_1$  : Existe una relación directa entre la formulación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022.

**Tabla 6**

*Estadístico de correlación Rho de Spearman de formulación estratégica y evaluación estratégica*

<b>Correlaciones</b>				
			Formulación estratégica	Evaluación estratégica
Rho de Spearman	Formulación estratégica	Coefficiente de correlación	1,000	0,779**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	27	27
	Evaluación estratégica	Coefficiente de correlación	0.779***	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.

N	27	27
---	----	----

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

Se determinó un valor Rho de 0.779 y una significancia bilateral  $p=0.000$ , siendo menor al valor de significancia propuesto 0.05 ( $0.05 > 0.000$ ), por lo cual se rechaza la hipótesis nula, y de acuerdo al índice de interpretación el coeficiente hallado indica una correlación positiva alta, en este sentido se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) y se llega a la conclusión que existe una relación directa entre la formulación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa y que dicha relación es positiva alta.

#### 4.2.4. Contratación de hipótesis específica 3

##### a) Prueba de hipótesis

$H_0$  : No existe una relación directa entre la implementación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022.

$H_1$  : Existe una relación directa entre la implementación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022

**Tabla 7**

*Estadístico de correlación Rho de Spearman de implementación estratégica y evaluación estratégica*

		<b>Correlaciones</b>		
			Implementación estratégica	Evaluación estratégica
Rho de Spearman	Implementación estratégica	Coeficiente de correlación	1,000	0,918***
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	27	27

Evaluación estratégica	Coefficiente de correlación	0.918****	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	27	27

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

El procesamiento estadístico arrojó un valor  $Rho=0.918$  y una significancia bilateral de  $p=0.000$ , este valor es menor al de la significancia propuesta  $0.05$  ( $0.05 > 0.000$ ), de esta forma rechazamos la hipótesis nula, y de acuerdo al índice de interpretación el coeficiente hallado indica una correlación positiva alta, en este sentido se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ), se llega a la conclusión que Existe una relación directa entre la implementación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa y que dicha relación es positiva muy alta.

## V. DISCUSIÓN

Respecto del objetivo general, se determinó a través de la prueba de correlación de Spearman, que existe una relación directa entre el planeamiento estratégico y las dimensiones formulación, implementación y evaluación en la empresa, y dicha relación es positiva grande y perfecta. Similar investigación realizada por Jaramillo y Tenorio (2019) en su artículo “Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial” pues concluyó que, la planeación estratégica aporta al desarrollo empresarial y permite que las organizaciones sean más competitivas. Se debe tener en cuenta que, una parte importante de los colaboradores de la empresa (29.6%) consideran que la empresa siempre realiza el proceso de formulación estratégica, teniendo en cuenta que el proceso de formulación evalúa factores y criterios internos y externos de la organización a través de técnicas analíticas, permitiendo a la empresa obtener información relevante para el proceso de implementación, y finalmente el de evaluación estratégica. Así mismo, se debe tener en cuenta que, el planeamiento estratégico tendrá éxito siempre y cuando sus tres etapas: formulación, implementación y evaluación, supongan una adecuada ejecución, involucrando a todos los actores, desde colaboradores de niveles operativos, tácticos, hasta los gerenciales, pues el planeamiento estratégico es un proceso holístico e integral dentro de las organizaciones modernas.

Respecto al primer objetivo específico, se determinó a través de la prueba de correlación  $\rho$  de Spearman, que existe una relación directa entre la formulación estratégica y la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022 y dicha relación es positiva alta. Similar estudio, realizado por García, Durán, Cardeño, Prieto, García y Paz (2017) concluyeron que uno de los principales objetivos de la planificación estratégica es que las empresas dispongan de las herramientas necesarias para asumir procesos de cambios y permanecer en el mercado buscando la competitividad empresarial. Debemos tener en cuenta que, el 37% de los encuestados consideran que la empresa siempre realiza la implementación estratégica, y esto es un factor importante, puesto que autores como D’Alessio consideran que el proceso de formulación no garantiza el éxito del

planeamiento estratégico, sino que es en la implementación estratégica donde se puede evidenciar de mejor manera un adecuado proceso del plan estratégico para las empresas.

Respecto al segundo objetivo específico, se determinó a través de la prueba de correlación Rho, que existe una relación entre la formulación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022 y que dicha relación es positiva alta. Similar estudio, realizado por Gomez (2019) quien concluyó que el desarrollo y aplicación del plan estratégico permite identificar metas y plantear objetivos a seguir, estableciendo indicadores de control para tal fin, esto va estrechamente relacionado a que el 33.3% de los colaboradores encuestados manifestaron que la empresa , realiza siempre una evaluación estratégica, siendo esta etapa muy importante, pues es donde se valida y evalúa el cumplimiento de los objetivos planteados, utilizando indicadores e identificando los objetivos y metas alcanzadas, además permite tener una visión más amplia de la organización, para poder establecer la retroalimentación al proceso, de ser necesario.

Respecto al tercer objetivo específico, se determinó a través de la prueba de correlación Rho que, existe una relación directa entre la implementación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022 y que dicha relación es positiva muy alta. Zuñiga (2020) realizó una investigación similar, donde concluyó que los empresarios si realizan uso de instrumentos de planeamiento estratégico en sus organizaciones, esto se evidencia con lo afirmado por los encuestados quienes afirmaron, en su mayoría que la empresa a veces o siempre realiza la implementación y evaluación de sus estrategias empresariales. Se debe tomar en cuenta que la implementación y la evaluación estratégica guardan una estrecha relación, pues en esas dos etapas se da una importante ejecución de todo lo planteado en la primera etapa de formulación, ya que dicha etapa solo considera aspectos esenciales, considerando que la implementación supone un proceso donde se pone a prueba decisiones gerenciales, liderazgo y capacidad de ejecución por parte de la organización.

## **VI. CONCLUSIONES**

Primero: La investigación realizada concluye que, existe una relación directa entre el planeamiento estratégico y las dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos, Huancayo – 2022., y dicha relación es positiva grande y perfecta, considerando que la empresa cuenta con una misión y visión planteada, además que monitorean a la competencia y que sus objetivos como organización están planteados y determinados adecuadamente.

Segundo: la investigación realiza concluye también que, existe una relación directa entre la formulación estratégica y la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022.y dicha relación es positiva alta. Se de tener en cuenta que, el primer paso del proceso de planeamiento es importante, pero sin una adecuada implementación estratégica, no tendrá el éxito esperado y no se cumplirá con los objetivos empresariales planteados a corto, mediano y largo plazo.

Tercero: la investigación realizada concluye que, existe una relación directa entre la formulación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022 y que dicha relación es positiva alta, la evaluación estratégica representa una parte esencial donde se mide a través de indicadores lo planteado en la formulación estratégica, para de esta manera medir el avance y cumplimiento de lo actuado, tomando en cuenta que, el análisis interno y externo son indispensables para una adecuada evaluación.

Cuarto: la investigación realizada concluye que, existe una relación directa entre la implementación estratégica y la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022 y que dicha relación es positiva muy alta, tomando en cuenta que los colaboradores encuestados afirmaron que la empresa cuenta con procesos controlados y corregidos, así como estándares de trabajo y una política de capacitación y entrenamiento, que permite una adecuada implementación y evaluación de todo el proceso de planeamiento estratégico.



## **VII. RECOMENDACIONES**

Primero: La empresa, debe calendarizar sus actividades de planeamiento estratégico, que le permita determinar periodos más frecuentes para cada etapa: formulación, implementación y evaluación, involucrando a sus colaboradores de forma integral, y también realizando uso de veedores externos y validadores que permitan fortalecer la estrategia corporativa como empresa.

Segundo: Se recomienda al área administrativa y gerencial poner en mayor foco la determinación de objetivos, que sean cuantificables y realistas, que permitan tener un proceso de evaluación más óptimo y adecuado, así como familiarizar la visión y misión empresarial dentro de los colaboradores.

Tercero: El proceso de implementación debe orientarse a una participación activa del área gerencial, y un mayor compromiso por parte de los trabajadores, organizando de una mejor manera sus recursos económicos y humanos que permita su optimización, generando a su vez un entorno laboral agradable y una coordinación eficaz entre la alta dirección y las coordinaciones.

Cuarto: Se deben establecer indicadores por cada área dentro de la empresa, y no solo a manera global, pues es importante medir áreas como producción, recursos humanos, administrativos, entre otros, de forma independiente, para generar una retroalimentación frecuente que conlleve a la empresa, a ser una organización moderna y líder en su sector.

## REFERENCIAS

- Alarcon C., Palacios E., Zuñiga F. y Montes G. (2017). *Planeamiento Estratégico del Perú*. [Tesis de grado] Pontificia Universidad Católica del Perú
- Altair Consultores (s.f.) *La elaboración del plan estratégico*. Ed. Economía 3
- Banco Interamericano de desarrollo (2020). *Perú: Desafíos del desarrollo en el post COVID-19*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Peru-Desafios-del-desarrollo-en-el-post-COVID-19.pdf>
- Bernal C. (2010). *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Pearson Educación
- Carrasco S. (2017) *Metodología de la investigación científica*. Editorial San Marcos
- Chalco D. (2015). *Diseño e implementación de un plan estratégico de la empresa Hibu Perú SAC del sector publicidad en la región Sur*. (Tesis de grado) Universidad Nacional de San Agustín.
- Chalco D. (2015). *Diseño e implementación de un plan estratégico de la empresa Hibu Perú SAC del sector publicidad en la región sur*. [Tesis de grado] Universidad Nacional de San Agustín.
- Chiavenato I. (2017). *Planeación Estratégica*. McGraw Hill
- Choque R. (2015). *Planeamiento Estratégica*. Empresa Editora Macro.
- Choque R. (s.f.) *Planeamiento estratégico*. Ed. Marcombo.
- Clautre U. (s.f.). *Plan estratégico de docencia*. Publicaciones URV.
- Coca M. (2007). *Importancia y concepto del posicionamiento una breve revisión teórica*. Perspectivas. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942331007>
- D'Alessio F. (2008). *Dirección estratégica: procesos de la organización en el siglo XXI*. Trillas Editorial
- D'Alessio F. (2008). *El proceso estratégico: un enfoque de gerencia*. Pearson Educación

- Diario Gestión (2020). *El negocio del entretenimiento se reinventa en Perú por la pandemia.* & <https://gestion.pe/peru/el-negocio-del-entretenimiento-se-reinventa-en-peru-por-la-pandemia-noticia/?ref=gesr>
- ESIC Business School (2018). Posicionamiento de marca: cómo llegar a la mente del consumidor. <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/posicionamiento-de-marca-como-llegar-a-la-mente-del-consumidor#:~:text=El%20posicionamiento%20de%20la%20marca,reference%20que%20m%C3%A1s%20valor%20aporta>.
- Ferré L. (2019). *La estrategia del marketing digital para el posicionamiento de los institutos superiores de Lima.* (Tesis de posgrado, Universidad Nacional Federico Villareal) [http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/3504/UNFV\\_FERR%c3%89\\_%20QUISPE\\_%20LUIS\\_%20JES%c3%9aS\\_MAESTRIA\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/3504/UNFV_FERR%c3%89_%20QUISPE_%20LUIS_%20JES%c3%9aS_MAESTRIA_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Freedman L. (2021). *Estrategia: una historia.* Editorial La Espera.
- Gallardo E. (2017). *Metodología de la investigación.* Huancayo. Universidad Continental
- García J., Durán S., Cardeño E., Prieto R., García E. y Paz A. (2017). *Proceso de planificación estratégica: etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad.* Revista Espacios.
- Gastelo J. (2018). *El planeamiento estratégico como herramienta para la eficiencia del sistema hidroviario en la amazonía peruana, propuesta actual.* [Tesis de grado]. Universidad Nacional Federico Villareal.
- Gómez R. (2019). *Diseño del plan estratégico en la empresa Mazars Colombia SAS para mejorar el proceso administrativo.* (Tesis de grado) Universidad EAN, Colombia.
- Guerras L. y Navas J. (2015) *La dirección estratégica de la empresa Teoría y aplicaciones.* Thomson Reuters
- Guiñez M. (2020). *Impacto del COVID-19 (SARS-CoV-2) a Nivel Mundial, Implicancias y Medidas Preventivas en la Práctica Dental y sus*

- Consecuencias Psicológicas en los Pacientes. International Journal of Odontostomatology.* <https://doi.org/10.4067/s0718-381x2020000300271>
- Hernandez R. y Mendoza C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* México D.F. Mc Graw Hill.
- Hernandez R., Fernandez C & Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación.* México D.F. Mc Graw Hill
- Herrscher E. (2008). *Planeamiento Sistémico.* Ed. Granica.
- Huayllani A. (2020). *Estrategia comunicacional para coadyuvar al posicionamiento de la marca del gabinete "Fisiosalud".* Revista de Investigación en Ciencias de la Administración. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=621968093002>
- Jaramillo S. y Tenorio J. (2019). *Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial.* Espíritu Emprendedor TES <https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n1.2019.127>
- Jhonson G., Scholes K. y Whittington R. (2006). *Dirección estratégica.* Pearson Prentice Hall
- Kaplan R. (2021). *Cómo utilizar el Cuadro de Mando Integral: para implementar y gestionar su estrategia.* Harvard Business 2da edición.
- Kaplan R. y Norton D. (2017). *El cuadro de mando integral: the balanced scorecard.* Valletta Ediciones.
- La Cámara (2021). *Reactivación de eventos.* <https://lacamara.pe/reactivacion-de-eventos/>
- Lobato L., Vigo L. y Palomino E. (2017). *Planeamiento Estratégico de la empresa Daewoo Electronics Perú, periodo 2017 – 2019.* [Tesis de Grado]. Universidad del Pacífico.
- Martínez J. y Silva K. (2016). *Plan estratégico para mejorar la gestión en la empresa Celestial Touch – Chiclayo.* [Tesis de grado] Universidad Señor de Sipan.
- Medina L. y Rojas D. (2012). *Planeación estratégica.* Ediciones de la U

- Montoya C. (2011). *El Balanced Scorecard como herramienta de evaluación en la gestión administrativa*. Revista Científica "Visión del Futuro". <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935478003.pdf>
- OBS Business School (2021). <https://www.obsbusiness.school/actualidad/informes-de-investigacion/informe-obs-impacto-de-la-covid-en-la-industria-de-la-musica-en-directo>
- Olmedo A. (2020). El marketing digital y su influencia en el posicionamiento de las Pymes de servicio del Cantón Milagro. <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1397/EI%20marketing%20digital%20y%20sus%20influencia%20en%20el%20posicionamiento%20de%20las%20PYMES%20de%20servicio%20del%20Canton%20Milagro%20..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez A., Arque W., Palomino C. y Romainville F. (2016). *Plan estratégico para la empresa Freak Constructores y Consultores S.R.L.* (Tesis de grado) Centrum.
- Perez J. (2015). *El positivismo y la investigación científica*. Revista Empresarial ICE-FEE-UCSG
- Quispe (2021). *Planeamiento estratégico y la gestión de la calidad en la institución educativa Viva el Perú, distrito de Santiago, Cusco - 2021.* (Tesis de grado) UNSA
- Ramirez P. (2015). *El planeamiento estratégico como herramienta de apoyo para el desarrollo de las pequeñas empresas.* (Tesis de grado) UNSA
- Ries A. y Trough J. (2010). *Posicionamiento*. Mc Graw Hill
- Rojas M. (2019). *Diseño de un plan estratégico para la empresa GSA Colombia S.A.S. mediante la metodología del Balanced Scorecard.* (Tesis de grado) Universidad Católica de Colombia.
- RPP Noticias (2020). *¿Qué ocurre en el backstage de la industria musical frente a la pandemia de la Covid-19 en el Perú?* <https://rpp.pe/musica/nacional/coronavirus-en-peru-que-ocurre-en-el->

[backstage-de-la-industria-musical-en-el-pais-frente-a-la-pandemia-de-la-covid-19-noticia-1261677](https://es.statista.com/grafico/24217/eventos-cancelados-por-la-pandemia-en-latinoamerica/)

Statista (2021). *El impacto del coronavirus en la agenda de eventos en América Latina*. <https://es.statista.com/grafico/24217/eventos-cancelados-por-la-pandemia-en-latinoamerica/>

Tineo R. (2018). *Planeamiento Estratégico para mejorar la calidad de servicio de la empresa C&L CONIGE S.A.C. Chiclayo*. [Tesis de grado] Universidad Cesar Vallejo.

Tiza H., Sánchez M. y Carpio W. (2018). *Planeamiento estratégico para la empresa Centell Perú SAC*. [Tesis de grado]. Universidad San Ignacio de Loyola.

Zuñiga R. (2020). *El uso del planeamiento estratégico como instrumento de gestión por las micro y pequeñas empresas de Chimbote*. Ciencia Latina Revista Multidisciplinar

## ANEXOS

### Matriz de operacionalización de variables

Variable	Dimensión Conceptual	Dimensión operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable Independiente: Planeamiento estratégico	Es un conjunto y secuencia de actividades desarrolla organización alcanzar la visión establecida, ayudándola proyectarse al futuro. (D'Alessio, 2008, p.8)	La variable de planeamiento estratégico se operacionaliza a través de 3 dimensiones, y para su medición se utilizará una encuesta de preguntas cerradas con escala Likert.	Formulación	Planteamiento de misión y visión Evaluación interna y externa Determinación de objetivos	Ordinal Escala Likert
			Implementación	Recursos asignados Organización interna Coordinación	
			Evaluación	Supervisión Evaluación de desempeño	

---

Acciones  
correctivas

---



## Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Cuál es la relación del planeamiento estratégico de la empresa con sus dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos Huancayo, 2022?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Determinar de qué forma se relaciona el planeamiento estratégico con sus dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022.</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>El planeamiento estratégico se relaciona directa y significativamente con las dimensiones formulación, implementación y evaluación en una empresa de organización de eventos, Huancayo – 2022.</p>		Formulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planteamiento de misión y visión</li> <li>- Evaluación interna y externa.</li> <li>- Determinación de objetivos</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Aplicada</p> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>Descriptivo Correlacional</p> <p><b>Método General:</b></p> <p>Científico</p> <p><b>Métodos Específicos:</b></p> <p>Inductivo – Deductivo Analítico – Sintético</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental transversal - correlacional</p> <p><b>Enfoque:</b></p> <p>Cuantitativo Positivista</p> <p><b>Técnicas de recolección de datos:</b></p> <p>Encuesta</p>
<p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>a) ¿De qué manera la formulación estratégica se relaciona con la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo, 2022?</p> <p>b) ¿De qué manera la formulación estratégica se relaciona con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022?</p>	<p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <p>a) Identificar cuál es la relación entre la formulación estratégica y la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022</p> <p>b) Determinar de qué manera la formulación estratégica se relaciona con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022.</p>	<p><b>Hipótesis Específicas:</b></p> <p>a) La formulación estratégica se relaciona directa y significativamente con la implementación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo – 2022.</p> <p>b) la formulación estratégica se relaciona directa y significativamente con</p>	Planeamiento estratégico	Implementación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos asignados.</li> <li>- Organización interna</li> <li>- Coordinación</li> <li>- Supervisión.</li> <li>- Evaluación de desempeño</li> <li>- Acciones correctivas</li> </ul>	
				Evaluación		

organización de eventos Huancayo, 2022? <b>c)</b> ¿De qué forma la implementación estratégica se relaciona con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo, 2022?	de eventos Huancayo - 2022 <b>c)</b> Identificar de qué forma la implementación estratégica se relaciona con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022	la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022. <b>c)</b> la implementación estratégica se relaciona directa y significativamente con la evaluación estratégica en una empresa de organización de eventos Huancayo - 2022.	-	-	<b>Instrumento de recolección de datos:</b> Cuestionario <b>Análisis e Interpretación de datos:</b> Tabulación, Estadística descriptiva e inferencial en SPSS V.25 Correlación de Spearman  <b>Población:</b> 27 trabajadores de la empresa  <b>Muestra:</b> Censal. 27 trabajadores de la empresa
---	---	--	---	---	--

*Nota.* Esta tabla muestra la matriz de consistencia del plan de tesis

## Cuestionario de investigación

### CUESTIONARIO DE ENCUESTA SOBRE EVALUACIÓN DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, HUANCAYO, 2022

Adaptado de: D'Alessio F. (2008). El proceso estratégico: un enfoque de gerencia. Pearson Educación

<http://www.untumbes.edu.pe/vcs/biblioteca/document/varioslibros/0376.%20El%20proceso%20estrat%C3%A9gico%20Un%20enfoco%20de%20gerencia.pdf>

**Estimado encuestado (a):** A continuación, usted encontrará un conjunto de ítems relacionados al planeamiento estratégico y la empresa, Huancayo, marque con un "X" en la columna la alternativa según considere conveniente.

Información General:

- El cuestionario es anónimo y confidencial.
- Debe responder el cuestionario de manera honesta.
- Marcar la alternativa conveniente con un aspa (X) con lapicero azul o negro.
- Debe marcar solo una opción.
- Debe responder todas las preguntas.

#### Edad:

De 18 a 30 años	
De 30 a 45 años	
De 45 a 60 años	
De 60 años a más	

#### Género:

Masculino	
Femenino	

#### ¿Cuál es su cargo dentro de la empresa?

Personal de ventas	
Personal de producción	
Personal administrativo	
Coordinador	

	<b>FORMULACIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
<b>1</b>	En la empresa se desarrolla un proceso de planeamiento formal.					
<b>2</b>	Se tienen una visión y misión establecidos					
<b>3</b>	Se desarrollan pronósticos. De ventas, producción, financieros u otros.					
<b>4</b>	Se monitorea el entorno, la competencia, la demanda.					
<b>5</b>	La especificación de las labores es clara y conocida por todos.					
<b>6</b>	Se conocen claramente a los clientes y consumidores.					
<b>7</b>	Se evalúa frecuentemente a la competencia.					
<b>8</b>	El ambiente de trabajo y clima organizacional es bueno.					
<b>9</b>	Los gerentes han probado su capacidad gerencial y liderazgo.					
<b>10</b>	Se tienen objetivos claramente definidos.					

	<b>IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
<b>11</b>	La empresa organiza adecuadamente sus recursos.					
<b>12</b>	La empresa cuenta con asignación de presupuesto a cada área.					
<b>13</b>	La fuerza de ventas es eficiente y eficaz.					
<b>14</b>	Se revisa la estructura de la organización frecuentemente					
<b>15</b>	La gerencia y los funcionarios cuentan con la experiencia necesaria.					
<b>16</b>	Se capacita y entrena frecuentemente al personal.					
<b>17</b>	Se capacita y entrena frecuentemente al equipo de ventas.					
<b>18</b>	Cuentan con un adecuado capital de trabajo.					

<b>19</b>	Existe buena coordinación entre el líder de la organización y las áreas de trabajo.					
<b>20</b>	Se relaciona adecuadamente con sus compañeros de trabajo.					

	<b>EVALUACIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
<b>21</b>	Son los procesos productivos controlados y corregidos, acordemente, con frecuencia.					
<b>22</b>	Son eficaces las políticas y procedimientos de control de calidad.					
<b>23</b>	El diseño de las labores es evaluado y revisado frecuentemente.					
<b>24</b>	Se siguen estándares de trabajo internacionales.					
<b>25</b>	Se desarrollan estudios de tiempos y movimientos.					
<b>26</b>	Se realizan planeamientos de áreas frecuentemente.					
<b>27</b>	Se cuenta con una política de capacitación y entrenamiento.					
<b>28</b>	Se realiza retroalimentación cuando no se alcanzan los objetivos.					
<b>29</b>	Se cuenta con un plan de sanciones dentro de la empresa.					
<b>30</b>	Se realizan reuniones para proponer mejoras continuas.					

### Base de datos de encuesta

	<b>FORMULACIÓN ESTRATÉGICA</b>	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
<b>1</b>	En la empresa se desarrolla un proceso de planeamiento formal.	0	0	7	7	13
<b>2</b>	Se tienen una visión y misión establecidos	0	2	4	8	13
<b>3</b>	Se desarrollan pronósticos. De ventas, producción, financieros u otros.	0	0	4	11	12
<b>4</b>	Se monitorea el entorno, la competencia, la demanda.	0	0	9	8	10
<b>5</b>	La especificación de las labores es clara y conocida por todos.	0	2	3	8	14
<b>6</b>	Se conocen claramente a los clientes y consumidores.	0	1	3	12	11
<b>7</b>	Se evalúa frecuentemente a la competencia.	0	1	4	13	9
<b>8</b>	El ambiente de trabajo y clima organizacional es bueno.	0	0	2	5	20
<b>9</b>	Los gerentes han probado su capacidad gerencial y liderazgo.	0	0	4	5	18
<b>10</b>	Se tienen objetivos claramente definidos.	0	0	4	8	15

	<b>IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA</b>	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
<b>11</b>	La empresa organiza adecuadamente sus recursos.	0	0	7	10	10
<b>12</b>	La empresa cuenta con asignación de presupuesto a cada área.	0	1	5	9	13
<b>13</b>	La fuerza de ventas es eficiente y eficaz.	0	1	4	13	10
<b>14</b>	Se revisa la estructura de la organización frecuentemente	0	2	5	7	14
<b>15</b>	La gerencia y los funcionarios cuentan con la experiencia necesaria.	0	0	4	7	17

16	Se capacita y entrena frecuentemente al personal.	0	2	5	10	11
17	Se capacita y entrena frecuentemente al equipo de ventas.	0	1	4	12	11
18	Cuentan con un adecuado capital de trabajo.	0	0	4	9	15
19	Existe buena coordinación entre el líder de la organización y las áreas de trabajo.	0	1	1	9	16
20	Se relaciona adecuadamente con sus compañeros de trabajo.	0	0	2	7	18

	<b>EVALUACIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi Siempre</b>	<b>Siempre</b>
21	Son los procesos productivos controlados y corregidos, acordemente, con frecuencia.	0	1	4	11	12
22	Son eficaces las políticas y procedimientos de control de calidad.	0	1	6	8	12
23	El diseño de las labores es evaluado y revisado frecuentemente.	0	0	6	7	14
24	Se siguen estándares de trabajo internacionales.	0	4	6	8	10
25	Se desarrollan estudios de tiempos y movimientos.	0	3	7	8	10
26	Se realizan planeamientos de áreas frecuentemente.	0	2	6	8	11
27	Se cuenta con una política de capacitación y entrenamiento.	0	2	5	8	13
28	Se realiza retroalimentación cuando no se alcanzan los objetivos.	0	4	6	9	9
29	Se cuenta con un plan de sanciones dentro de la empresa.	0	5	5	10	9
30	Se realizan reuniones para proponer mejoras continuas.	0	2	5	9	12

## Estadístico de Confiabilidad de la investigación

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	27	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	0.0
	Total	27	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	N de elementos	
0.973	31	

## Escala de direccionalidad y grado de correlación

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta.
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, JIMENEZ CALDERON CESAR EDUARDO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Evaluación del planeamiento estratégico de una empresa de organización de eventos, Huancayo, 2022", cuyo autor es PALOMINO NUÑEZ MARIA REGINA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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, 06 de Agosto del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
JIMENEZ CALDERON CESAR EDUARDO <b>DNI:</b> 16436847 <b>ORCID</b> 0000-0001-7894-7526	Firmado digitalmente por: JCALDERONCE el 08-08- 2022 10:12:11

Código documento Trilce: TRI - 0396048