



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
INGENIERÍA CIVIL CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE
EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN**

Plan estratégico y competitividad de empresas constructoras medianas, caso de estudio: Rey Construcciones Generales S.A.C, San Martín de Porres 2020

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Ingeniería Civil con Mención en Dirección de Empresas de la Construcción

AUTOR:

Br. Heiner Iván Salazar Márquez (ORCID: 0000-0003-0024-3232)

ASESOR:

Dr. César Humberto Del Castillo Talledo (ORCID: 0000-0002-8879-7637)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Dirección de Empresas de la Construcción

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria:

A mis padres Vila, Esteban y mi hermano Boris por ser las columnas sobre las cuales edifico mi formación profesional y mi vida, por su apoyo incondicional perfectamente mantenido en el tiempo. Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos

Agradecimiento:

A mis compañeros, amigos, familiares y todas aquellas personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional, como ser humano. A todos los docentes por los conocimientos y experiencias impartidas a lo largo de este tiempo.

A mi padre Esteban, por su orientación y asesoría como Ingeniero Civil durante el desarrollo de mi formación académica

Página del jurado

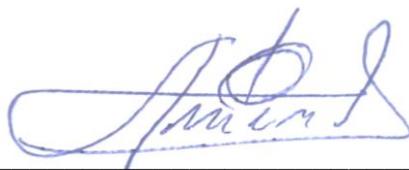
Declaratoria de autenticidad

Yo, Heiner Iván Salazar Márquez, estudiante de la Escuela de Posgrado, del programa Maestría en Ingeniería Civil con mención en Dirección de Empresas de la Construcción, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; presento mi trabajo académico titulado: “Plan estratégico y competitividad de empresas constructoras medianas, caso de estudio: Rey Construcciones Generales S.A.C, San Martín de Porres 2020”, para la obtención del grado académico de Maestro en Ingeniería Civil, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 11 de agosto de 2020



HEINER IVÁN SALAZAR MARQUEZ

Índice

Carátula	i
Dedicatoria:	ii
Agradecimiento:	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO	15
2.1. Tipo y diseño de investigación	15
2.2. Operacionalización de variables	16
2.3. Población, muestra y muestreo	17
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	17
2.5. Procedimiento	20
2.6. Método de análisis de datos.....	20
2.7. Aspectos éticos.....	21
III. RESULTADOS.....	22
IV. DISCUSIÓN	29
V. CONCLUSIONES.....	34
VI. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	36
ANEXOS	40

Índice de tablas

Tabla 1: <i>Operacionalización de variables</i>	16
Tabla 2: <i>Ficha técnica del instrumento (variable 1)</i>	18
Tabla 3: <i>Ficha técnica del instrumento (variable 2)</i>	18
Tabla 4: <i>Resumen validez de instrumentos por juicio de expertos</i>	19
Tabla 5: <i>Confiabilidad variable 1: plan estratégico</i>	19
Tabla 6: <i>Confiabilidad variable 2: competitividad en empresas constructoras medianas</i> ...	20
Tabla 7: <i>Descripción variable 1: plan estratégico</i>	22
Tabla 8: <i>Descripción de la variable 2: competitividad en empresas constructoras medianas</i>	23
Tabla 9: <i>Prueba de normalidad</i>	24
Tabla 10: <i>Correlación entre plan estratégico y competitividad de empresas constructoras medianas</i>	25
Tabla 11: <i>Correlación entre plan estratégico y productividad</i>	26
Tabla 12: <i>Correlación entre plan estratégico y eficiencia y eficacia</i>	27
Tabla 13: <i>Correlación entre plan estratégico y satisfacción del cliente</i>	28
Tabla 14: <i>Descripción dimensión 1 de la variable 1: análisis externo</i>	58
Tabla 15: <i>Descripción dimensión 2 de la variable 1: análisis interno</i>	58
Tabla 16: <i>Descripción dimensión 3 de la variable 1: formulación de directrices</i>	59
Tabla 17: <i>Descripción dimensión 4 de la variable 1: matrices estratégicas</i>	60
Tabla 18: <i>Descripción de la dimensión 1 de la variable 2: productividad</i>	60
Tabla 19: <i>Descripción de la dimensión 2 de la variable 2: eficiencia y eficacia</i>	61
Tabla 20: <i>Descripción de la dimensión 3 de la variable 2: satisfacción del cliente</i>	62
Tabla 21: <i>Escala de valoración alfa de cronbach</i>	63
Tabla 22: <i>Coefficiente de correlación de pearson (r)</i>	63

Índice de figuras

<i>Figura 1:</i> Representación del diseño correlacional.....	16
<i>Figura 2:</i> Fórmula de la constante alfa de cronbach.....	19
<i>Figura 3:</i> Descripción de la variable 1: plan estratégico.....	22
<i>Figura 4:</i> Descripción de la variable 2: competitividad empresas constructoras medianas	23
<i>Figura 5:</i> Descripción de la dimensión 1 de la variable 1: análisis externo	58
<i>Figura 6:</i> Descripción de la dimensión 2 de la variable 1: análisis interno	59
<i>Figura 7:</i> Descripción de la dimensión 3 de la variable 1: formulación de directrices	59
<i>Figura 8:</i> Descripción de la dimensión 4 de la variable 1: formulación de directrices	60
<i>Figura 9:</i> Descripción de la dimensión 1 de la variable 2: productividad	61
<i>Figura 10:</i> Descripción de la dimensión 2 de la variable 2: eficiencia y eficacia.....	61
<i>Figura 11:</i> Descripción de la dimensión 3 de la variable 2: satisfacción del cliente	62

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables Plan estratégico y la Competitividad de empresas constructora medianas, tomando como caso de estudio a Rey Construcciones Generales S.A.C con centro de operaciones en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020. La investigación siguió el método científico con un enfoque cuantitativo de tipo básico, nivel correlacional y diseño descriptivo-correlacional, con una muestra de estudio de 52 personas encargadas de la gerencia, producción y control de calidad, usando como instrumento de medición un cuestionario con 40 items que abarcan ambas variables usando posteriormente el software SPSS Vs.26. para el análisis de la información. Los resultados demostraron que existe relación positiva muy alta entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020, esto debido a que usando la estadística paramétrica de Pearson se obtiene como resultado que la significancia $p=0.00$ y grado de correlación de Pearson $r =0.921$ en otras palabras ambas variables son directamente proporcional positivamente, a un mejor plan estratégico adoptado por la empresa, mayor competitividad en el mercado de la construcción. Del mismo modo la relación entre la variable Plan estratégico y las dimensiones Productividad, Eficiencia-eficacia y Satisfacción al cliente resultaron directamente proporcionales.

Palabras clave: Plan estratégico, competitividad, empresa constructora mediana, productividad, satisfacción del cliente

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between the variables Strategic Plan and the Competitiveness of medium-sized construction companies, taking as a case of study Rey Construcciones Generales S.A.C with operations center in the district of San Martín de Porres in the year 2020. The research followed the scientific method with a quantitative approach of basic type, correlational level and descriptive-correlational design, with a study sample of 52 people in charge of management, production and quality control, using as a measuring instrument a questionnaire with 40 items that cover both variables using SPSS Vs.26 software. for the analysis of information. The results showed that there is a very high positive relationship between the strategic plan and the competitiveness of the medium-sized construction company Rey Construcciones Generales S.A.C in the district of San Martín de Porres in 2020, this is because using Pearson's parametric statistics results in the significance $p=0.00$ and degree of correlation of Pearson $r=0.921$ in other words both variables are directly proportional positively, to a better strategic plan adopted by the company, increased competitiveness in the construction market. Similarly, the relationship between the variable Strategic Plan and the dimensions Productivity, Efficiency-effectiveness and Customer Satisfaction were directly proportional.

Keywords: Strategic Plan, competitiveness, medium-sized construction company

I. INTRODUCCIÓN

Las personas han tenido como metas, durante su vida, desarrollarse de la mejor manera personalmente, familiarmente y económicamente, así como colaborar con sus acciones al desarrollo de su sociedad mediante su trabajo; es por esto que existió la necesidad, en muchos casos, de crear empresas que puedan ayudar a mejorar la situación de cada uno. Según afirma (Falcón y Fuentes, 2008): “la relevancia del sector construcción es importante en el desarrollo económico de cualquier país, no sólo en términos de viviendas, negocios o infraestructuras, sino también por ser un motor primordial para la generación de puestos de trabajo” (p. 112). El sector construcción fue visto como uno de los más rentables en los últimos años y fue considerado a nivel global como uno de los movimientos económicos que más mano de obra demandaron, produciendo así un efecto que multiplica la economía, siendo el rubro que más aporte tuvo en el crecimiento de países y regiones.

Se analizó la situación a nivel mundial comenzando en Europa, según datos de Euroconstruct, la producción del sector creció un 3,5% el 2018, un resultado excepcional debido a la economía mucho más estable de lo que se pensaba, que contribuyó a incrementar los ingresos por familia, los resultados de las empresas constructoras y también de la economía pública; este contexto positivo unido con el factor crediticio hizo que se incremente más la demanda del sector constructivo en ambos sectores (público y privado), fue así que el crecimiento en el 2019 fue de un 2,1%.; se hizo un desglose por países europeos y se observó un fenómeno que no es muy visto en los últimos años, todos los países de la red Euroconstruct (19 países) registraron un incremento. En Latinoamérica, el sector constructivo ocupó un lugar muy importante en cuanto a bienes y servicios, según la investigación denominada “Latín América Regional Prime Office Report, Year-End (2019), las ciudades en esta parte del continente que han sido vistas con buenos ojos para la inversión inmobiliaria son: la Ciudad de México, Lima, Santiago de Chile y Bogotá, es por esto que se consideró que el crecimiento económico se sostendría, siendo el rubro uno de las más prometedores económicamente, vale mencionar que la Ciudad de México fue, por encima de los otros, el más grande y activo en esta parte del continente, mientras que Bogotá, Panamá y Lima produjeron mucha construcción e inversión del extranjero dentro del sector inmobiliario.

En el país, las expectativas para el presente año, de las empresas del sector construcción sobre su nivel de actividad fueron optimistas, señaló el director ejecutivo de CAPECO, Guido Valdivia. Se estimó que el grado de operaciones de las constructoras en el país iba a crecer 6.22% este año, sobre todo en la infraestructura privada, y eso iba en línea con lo que planteó el gobierno. (Perú 21, 2019)

En el Perú, debido al crecimiento estable del rubro de la construcción en los cinco últimos años, con un 5.8% en el 2018 y un estimado de 6.22% para el 2019 según argumentos y números de la Cámara Peruana de la Construcción (CAPECO), el número de empresas constructoras en el país se multiplicó generando un mercado relativamente saturado, donde la competitividad y productividad que generaron cada empresa constructora fueron fundamentales para su éxito.

Las empresas constructoras que se desarrollaron en un mercado con una alta competencia debían tener un plan estratégico bien diseñado, acrecentando así sus utilidades, caso contrario corrieron el riesgo de quebrar. Siendo entidades que aumentan su competitividad y producción, ayudaron al auge económico del país, debido a que generaron más unidades de trabajo y desarrollo social, así como su aporte a nuevos mercados y tecnologías constructivas más eficientes. (Pérez, Arque, Palomino y Romainville, 2016 p. 1)

Las estadísticas de empresas constructoras que fracasaron fueron preocupantes, esto hizo notar que no sólo son necesario las ganas, coraje y entusiasmo para llevar adelante con efectividad y eficacia dicho negocio. El presidente de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), Gustavo Arballo, indicó que el punto débil de las empresas constructoras fue su competitividad en el mercado, siendo el 95% micro, pequeñas y medianas empresas. Cada día más y más empresas cerraron a pesar de las ambiciones y dedicación inquebrantable de quienes las iniciaron, sobre todo las que tuvieron poco tiempo en el mercado y fueron consideradas medianas o pequeñas, carecían de un adecuado plan estratégico debido a diversos factores entre los cuales estuvieron: el poco conocimiento del negocio de la construcción, precios irreales, competencia en el mercado, poca capacitación, plan de cobros lento, control de costos inadecuado, insuficiente control de calidad, mercadotecnia funcionando inadecuadamente, mala administración de recursos humanos, mala elección de proyectos, imprevistos, trabajar a la antigua, desactualización en

tecnologías necesarias para el rubro, entre otros. Salvo los imprevistos y factores externos (caídas del sector constructivo, crisis económicas, etc.) todo lo demás dependió del manejo del empresario, es decir el 90% de las causas que finalmente generaron pérdidas financieras se pudieron evitar o solucionar si se hubiera realizado el manejo correcto. Fue necesario que se tracen las directrices para que la empresa constructora logre sus objetivos de una manera eficiente, eficaz y sobre todo rentable.

Fue importante realizar un análisis externo e interno para tener el conocimiento global sobre la empresa constructora y hallar la manera de aumentar su competitividad y productividad con relación a sus adversarios en el mercado. La evaluación externa, llamada también auditoría externa fue necesaria para lograr identificar y evaluar todo lo que estuvo pasando en el entorno de la empresa, es decir los acontecimientos, entorno laboral, competencias, cambios, tendencias, nuevas tecnologías en el área constructivo, etc, en otras palabras, todo contexto que estuvo relacionado externamente con la empresa, todo esto resultó en detectar debilidades que mermaban el eficaz desarrollo como empresa, amenazas que la perjudican, las cuales requirieron estrategias específicas para eliminar o reducir sus consecuencias y finalmente se detectó las oportunidades que tenían que aprovechar de una manera adecuada para su beneficio por medio de estrategias bien dirigidas. Por otro lado, el análisis interno permitió conocer todos los factores que intervinieron en el desarrollo dentro de la empresa, conociendo así los recursos con los que contaban: el factor humano desde la gerencia hasta los empleados, la organización, factores económicos, procesos, manera de actuar y todo lo que tenía que ver con el contexto interno de la constructora, identificando así sus debilidades, fortalezas para la elección de las estrategias adecuadas para su mejoría.

Las empresas constructoras que tenían poco tiempo en el negocio, comenzaban siendo pequeñas sociedades para luego, de mucho esfuerzo, llegar a ser consideradas medianas, la mayoría de las empresas en el rubro de la construcción estaban ubicadas en esta denominación y lamentablemente, salvo pocas excepciones, tenían un índice de productividad bajo, esto se debía a que el mercado en el área de la construcción en el Perú se modificaba constantemente, existía un contexto de cambios que, cada vez más, se volvía más variable y dinámica; las tecnologías y metodologías empleadas para mejorar esta situación proporcionaron herramientas innovadoras que ayudaron a un mejor

desenvolvimiento en la construcción, llegando a ser eficaces y eficientes frente a los procesos tradicionales que muchas veces han ido quedando en desuso; fue por esto que lo que se requirió fue construir las bases para desarrollar e innovar estas nuevas tecnologías y metodologías por medio de estrategias bien direccionadas conociendo su presente y la real situación o entorno tanto interno como externo de la empresa constructora. Se debió estar siempre alertas e informados, para que las estrategias que se tomaran se hayan ajustado al mercado, se comprendió las modificaciones de los perfiles de los clientes, se visualizó las modificaciones del entorno, los cambios de los factores que se podían controlar y los que no se podían, se reconoció hacia donde tendían las variables que tenían impacto en el sector, se obtuvo nuevas herramientas para la identificación de errores, se optimizó los índices de desempeño, etc. Se pudo diagnosticar que las empresas constructoras denominadas medianas no cuentan con un adecuado plan estratégico pues sus limitaciones hicieron que el análisis externo e interno haya sido muy superficial haciendo que sus directrices principales no estén bien orientadas, lo cual impidió que dichas empresas no se desempeñen como debería ser y no hayan explotado totalmente el potencial que poseen, por ende su competitividad frente a sus adversarios en el rubro disminuyó. Sin embargo se pronosticó que esta situación podía cambiar si se hacía un adecuado análisis del contexto real de la empresa en el mercado, es decir un minucioso análisis externo e interno, formulando así correctamente las directrices que deberían seguir y estableciendo un adecuado plan estratégico que hizo posible el aumento de su competitividad en el rubro.

Según Pérez et al (2016) en su tesis titulada Plan Estratégico para la Empresa Freak Constructores y Consultores S.R.L, para optar por el grado de Maestro en Administración de negocios en la Pontificia Universidad Católica del Perú; cuyo objetivo fue elaborar una adecuada planificación de estrategias que se emplearán en la empresa analizada Freak Constructores y Consultores S.R.L. para que ésta mejore en relación a sus competidores y pueda posicionarse como una de las constructoras con mayor rentabilidad y crecimiento sostenido, dentro del rubro de la construcción e inmobiliario en el Cuzco. Para ello los autores emplearon una metodología en la cual se utilizó un modelo secuencial de planeación estratégica, conociendo la coyuntura actual de la empresa para dilucidar la situación futura, para esto se aplicó como instrumento entrevistas personales a gerentes y jefes de las áreas involucradas, usando en su investigación un enfoque cuantitativo. A partir de ello se

concluye que la constructora posee buena experiencia en el desarrollo de sus proyectos inmobiliarios, las cuales están supervisadas por personal capacitado, sin embargo se necesita realizar algunas modificaciones inmediatas para mejorar su estructura organizacional, proponiendo cinco objetivos, que se deberán cumplir a largo plazo, y siete estrategias que necesitan del compromiso de toda la empresa para alcanzarlos.

Según Reymer, Rodriguez y Mejía (2016) en su investigación Plan estratégico 2017-2021 para la empresa constructora e inmobiliaria Triada S.A.C, para conseguir el título de Maestro en Administración de empresas en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, con el objetivo de realizar un diseño, establecer estrategias e iniciativas que en un mediano plazo mejoren los resultados de la empresa, para esto fue necesario conocer las oportunidades del mercado para aprovecharlas y tener mejores posibilidades de éxito, en otras palabras, se busca la reestructuración de la empresa a través de una adecuada planificación estratégica para los años 2017 al 2021. Para lograr esto se usó una metodología donde se usó como instrumento encuestas por contacto usadas para el levantamiento de información del Estudio Inmobiliario de Lima 2015, usando un enfoque de carácter cuantitativo no experimental. Concluyendo que para el año 2021 gracias a la implementación de estrategias bien dirigidas, la empresa habrá aumentado sus ventas en un 30%, en un 90% la satisfacción de sus clientes, 30% en el clima laboral así como una rentabilidad sobre su capital promedio de 20% en los 5 años siguientes, teniendo en cuenta como misión la superación de cada empleado de la empresa en cuanto a su entorno personal como también el profesional, el cual con el compromiso de todo el personal llegará a ser posible la visión establecida.

Ramos, Jara y Rivasplata (2017) en su tesis Plan estratégico para mejorar la competitividad y eficiencia en Cirko Engineering por los años 2016-2019, para optar el título de Maestro en Ciencias empresariales en la Universidad San Ignacio de Loyola afirma que su investigación se direcciona en demostrar lo importante del plan estratégico en la eficiencia y productividad de la constructora analizada Cirko Engineering, sucursal en nuestro país Perú. El objetivo principal se basó en elaborar un plan estratégico para la entidad analizada, para lograr un crecimiento sostenido en su competitividad y eficiencia para el intervalo de años entre 2016 y 2019. El investigador usó como enfoque el cuantitativo, tipo básico, diseño

no experimental, llegando a la conclusión de que la empresa constructora mejorará basado en el plan estratégico diseñado, el cual está basado en el desarrollo de productos, además el ambiente laboral cumple un rol muy importante y al momento del estudio se observaba una situación crítica, que originaba algunas ineficiencias en su operación y esto se ve reflejado en la satisfacción al cliente, debido a esto, posteriormente del análisis de sus directrices principales como visión, misión y valores, se generará un nuevo enfoque que hará posible el cambio de esta situación generando una nueva mentalidad y compromiso por parte del personal dentro de la empresa.

La revista científica colombiana Espacios, en su N° 52 volumen 38 (2017) publicó el artículo Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad, con el objetivo de realizar un análisis minucioso a la planeación estratégica que adoptan las Mypes en la ciudad de Barranquilla, definiendo cada una de sus etapas para acrecentar al máximo su competitividad. Para lograr esto se usó un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y diseño no experimental, cuyo instrumento usado fue el cuestionario efectuado a la gerencia, dueños, y administrativos de 41 Mypes en el mercado de la textilería de la ciudad de Barranquilla-Colombia. A partir de ello se concluye que es necesario implementar aspectos fundamentales sobre los cuales deben ajustarse Mypes, adaptándose a las propiedades de cada una, para llegar a esto se requiere el compromiso con el propósito en común por parte de todo el personal involucrado, plasmado en la adecuada dirección de su visión, misión y valores siguiendo un plan estratégico claro y compartido por todos los involucrados, lograrán aumentar los índices de competitividad que se busca.

De acuerdo a Guevara (2019) en su trabajo de investigación Plan estratégico y su influencia en la competitividad en una empresa constructora, Cajamarca 2018 para optar por el grado de Maestro en Administración de empresas en el año 2018 en la Universidad Privada del Norte con el objetivo comprobar si el plan estratégico que adopta la empresa constructora tiene influencia en su competitividad con respecto a su competencia en la ciudad de Cajamarca, para llegar a esto realizó un análisis de cómo se encontraba la situación externa e interna, así como las proyecciones o planes de crecimiento de los administradores y el compromiso general para alcanzar las metas propuestas. El autor empleó como enfoque, el

cuantitativo, siendo el diseño no experimental, de nivel correlacional, aplicando un método deductivo-inductivo, apoyándose en una muestra de 52 empleados de la constructora analizada, concluyendo que la confiabilidad para la variable Plan Estratégico fue de 92.46% y 84.52% para la variable Competitividad, entonces se comprueba la influencia significativa que tiene el Plan Estratégico de una empresa constructora en su competitividad.

Según Farfán y Junnelly (2018) en su tesis Modelo de gestión de calidad para mejorar la competitividad en las medianas empresas constructoras de edificaciones, para optar por el título de Maestro en Industria de la construcción en la Universidad Nacional de Ingeniería en la ciudad de Lima afirma que desde los años 2004 al 2011 el país creció en promedio 5% en el rubro de la construcción, es así que durante este tiempo se pudo observar un incremento en la cantidad de empresas constructoras medianas, las cuales se adaptaron relativamente rápido al mercado; sin embargo esta rapidez también hizo posible que muchas de ellas se constituyeran informalmente, esto también aplicada a los procesos y calidad en sus trabajos; en el 2012 y 2013 la economía desaceleró lo que aumento a competencia en el rubro, el 2015 y 2016 se entró a una etapa de desaceleración económica lo que originó que el rubro construcción también experimente una disminución importante, lo que hizo que muchas empresas constructoras medianas desaparezcan. El objetivo de la tesis fue desarrollar modelo de gestionabilidad de calidad que ayude a las constructoras medianas realizar la gestión adecuada de todos sus recursos, basándose en aumentar la calidad lo que significaría una mejora en su competitividad, en el mercado. El autor empleó como enfoque el cuantitativo, cuyo diseño fue no experimental y con un nivel correlacional, llegando a la conclusión que el modelo elaborado permite mejorar el desempeño de las constructoras analizadas dándoles una adecuada gestión de calidad y permitiendo posicionarse mejor en el mercado aumentando su competitividad en el rubro.

La revista científica colombiana Aglala, en su N° 1 volumen 10 (2019) publicó el artículo: Estrategia y habilidades para la competitividad: caso de Pymes del sector construcción en Barranquilla, cuyo objetivo fue analizar las diferentes estrategias usadas y la destreza de parte de la gerencia en la capacidad de competencia de las medianas y pequeñas empresas del rubro de la construcción dentro de la ciudad de Barranquilla - Colombia, los autores enfocaron su investigación cuantitativamente de tipo descriptivo, la

toma de los datos lo realizaron con muestreo no probabilístico de conveniencia, de acuerdo al lugar y voluntad en participar, la población que se estudió fueron 54 empresas constructoras, donde se usó como instrumento un cuestionario de 23 ítems a los gerentes de las Pymes analizadas, llegando a la conclusión que tanto las estrategias basadas en tecnología y las destrezas técnicas predominan en el desarrollo de los proyectos y que las Pymes pueden ver fortalecidas su competitividad si se encauzan en repotenciar las estrategias orgánicas de la empresa en mención y también en mejorar las destrezas humanas de sus trabajadores.

Entrando al marco conceptual, una constructora es una entidad que tiene una gestión administrativa direccionada a desarrollar y supervisar la ejecución de proyectos y obras de construcción civil, además cuenta con el conocimiento técnico por parte de los empleados para emplear metodologías y procesos de construcción, y cuentan además con capital o crédito para poder costear los gastos que todo su funcionamiento implica; el objetivo fundamental de una empresa constructora es, según (Arcudi, Pech y Álvarez, 2005): “entregar sus productos o servicios de acuerdo con lo estipulado en un proyecto y contrato. Durante las operaciones, pueden haber variaciones, pero estas deberán ser mínimas, fundamentadas, acordadas y aceptadas tanto por la empresa constructora como por el cliente” (p. 27). El fundamento de toda empresa en el rubro de la construcción es ejecutar obras por medio de contratos ganados, para los cuales el cliente exige una adecuada calidad cumpliendo los plazos previamente establecidos y lógicamente obteniendo un beneficio económico para sus arcas, lo cual es el deber de la empresa para con sus accionistas. Para ejecutar las obras ganadas se necesita la existencia de un proyecto con sus especificaciones y características requeridas y que la constructora cuente con el presupuesto para poder llevar a cabo la ejecución. Cada actividad realizada, en el rubro de la construcción, tiene un carácter particular, es decir cada proyecto u obra es regularmente diferente de otras, es por esto que se le considera como una unidad de negocio independiente; las empresas constructoras abarcan todas las mencionadas unidades de negocio independientemente, cada uno con un costo, presupuesto, plazos, ubicación, tipos y resultado final.

(Treviño, 2018) señala que: “para que una empresa entre en el rango de mediana, no deberá exceder el límite de trabajadores, recursos y ventas anuales, los cuales van a ser establecidos por el Estado donde se encuentre establecida dicha organización” (p.15),

llevando esta información al contexto nacional, las empresas constructoras medianas son aquellas cuyas ventas anuales sobrepasan las 1,700 UIT, pero al mismo tiempo no sobrepasan los 2,300 UIT, actualmente este tipo de empresas son las que más abundan en el mercado estadísticamente hablando. En la presente investigación se analizó la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C, que cuenta con cuatro años de experiencia ganada dentro del mercado de la construcción teniendo su centro de operaciones en el distrito de San Martín de Porres en el cono norte de Lima y cuyos servicios principales son elaborar, ejecutar, supervisar, evaluar y realizar la valoración de proyectos, diversos estudios de mecánica de suelos, de concreto, de asfalto, así como también la inmobiliaria, habilitaciones urbanas, construcción y/o realizar la edificación de inmuebles, viviendas unifamiliares y multifamiliares, realizar declaratorias de fábrica, independizaciones, etc.

El término competitividad está asociado a las personas, secciones económicas, países, sociedades y empresas, es la capacidad que tienen estos agentes que generan economía para llegar y mantenerse en una posición que haga posible su participación dentro del contexto socioeconómico donde se ubican, la competitividad es uno de los conceptos fundamentales dentro del sector empresarial y por ende uno de los indicadores de prosperidad de un país. La competitividad enfocada empresarialmente es la capacidad de la entidad, empresas constructoras en el caso de la presente investigación, para ofrecer un servicio mejor al de los competidores en su rubro, para ello ofrecen productos o servicios más atractivos para los potenciales clientes elaborando, de acuerdo a su situación empresarial real, una adecuada planificación estratégica donde se puedan reconocer las fortalezas y oportunidades que pueden aprovechar y los factores que representen amenazas y debilidades que deben minimizar. La competitividad empresarial se puede medir mediante tres dimensiones claramente identificadas: la productividad, eficiencia/eficacia y la satisfacción del cliente.

La productividad enfocada a las empresas es el resultado de las gestiones y actos llevados a cabo con el fin de alcanzar los objetivos de la institución, dando importancia al clima laboral y tomando en consideración la relación existente entre los recursos que se invirtieron y los obtenidos por ellos. En términos matemáticos, es el valor de lo que se produce o servicios prestados y el valor de todos los recursos usados en realizarlos. (Torrent-Selles y Ficapal-Cusí, 2010, p.114)

Según afirma (Lam y Hernández, 2008): “la Eficacia se refiere a los resultados en relación con las metas y objetivos organizacionales mientras que la eficiencia supone conseguir resultados concretos a partir de un mínimo de recursos o bien obtener el máximo beneficio de unos recursos limitados” (p. 5)

La satisfacción por parte del cliente es el nivel de conformidad y bienestar de un individuo que es el resultado de hacer la comparación de la entrega de un producto o servicio con las expectativas que tenía en mente al inicio.. Para una empresa es imprescindible que sus productos, proyectos o servicios que entregan satisfagan al cliente, pues esto ayuda a que la empresa permanezca en su mente y genera que ésta se posicione mejor en el mercado objetivo. (Viñas, 2005, p. 2)

(Peñaloza, 2007) señala que: “la competitividad se ha convertido en el nuevo paradigma para triunfar en el mundo de los negocios, por lo que empresas hacen esfuerzos para alcanzar las capacidades y competencias distintivas entre los que destacan la tecnología y la innovación” (p. 83). Esta innovación y tecnología que señala el autor se refiere, entre otros, a un adecuado plan estratégico que pueda dar ventaja empresarial a una empresa constructora frente a su competencia. Finalmente la competencia empresarial beneficia a los clientes, pues hace posible que cada unidad empresarial se esfuerce por ofrecer ideas nuevas, mejores precios y mejor calidad.

(Steiner, 2010) señala que: “Plan Estratégico es aquella que constituye el mejor camino y que conduce a la empresa al éxito empresarial” (p. 3), en otras palabras es el empeño sistemático y constante, dentro del marco legal que adopta una sociedad, es este caso las empresas constructoras, para poder determinar sus propósitos fundamentales, políticas, estrategias básicas y objetivos que hagan posible el desarrollo de planes específicos y llegar a los objetivos generales de la empresa; una adecuada planificación estratégica direcciona por el camino correcto las decisiones sobre cómo alcanzar objetivos específicos y en qué plazos hacerlos. La planificación estratégica se desarrolla después de una evaluación interna y externa, en donde se identifican las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades cardinales que posee la empresa. (D’Alessio, 2008) señala que: “La evaluación externa denominada también auditoría externa está enfocada hacia la exploración del entorno y el análisis de la industria. Este procedimiento busca identificar y evaluar las

tendencias y eventos que están más allá del control inmediato de la firma” (p.15), este análisis externo se enfoca hacia una exploración de todo el contexto que rodea a la empresa así como la evaluación de la industria del rubro, es decir identificar para su evaluación las tendencias que escapan del control de la empresa, el objetivo fundamental es dar información importante a la gerencia, para que se dé comienzo a la formulación de estrategias.

El diagnóstico interno se enfoca en hallar tácticas o estrategias para aumentar los valores fuertes y reducir los llamados débiles dentro de la constructora. Para esto, lo fundamental será reconocer las virtudes que la distinguen, éstas son las fortalezas que posee y que difícilmente pueden ser igualados por sus competidores en el mercado. Crear ventajas competitivas quiere decir aprovechar las virtudes distintivas para elaborar tácticas y diseñar estrategias que neutralicen las debilidades que existan para así, en un plazo determinado, convertirlas en fortalezas. (Schaefer y Guenther, 2016, p. 205)

Como se mencionó, la evaluación interna aprovecha las fortalezas y neutraliza las debilidades que tenga la sociedad (empresa constructora) para poder sacar una ventaja competitiva. En líneas generales lo más importante para aumentar la competitividad de una empresa es reconocer plenamente sus competencias características, que vienen a ser las fortalezas de la entidad y que difícilmente pueden ser igualadas por sus competidores, así como también es importante elaborar estrategias para contrarrestar las debilidades y amenazas que puedan existir y transformarlas en fortalezas y oportunidades.

La importancia del plan estratégico empresarial es que se enfoca en apoyar a la entidad a desarrollarse desde su posición actual y real hasta dónde tiene que llegar, en otras palabras responder a las preguntas ¿En dónde está? y ¿hacia dónde se quiere llegar?, si no existe un adecuado planeamiento es poco probable que las labores dentro de la empresa no se realicen eficientemente debido a que no se conoce lo que hay que hacer ni la manera de cómo hacerlo, es por todo esto que es fundamental formular adecuadamente las directrices y las matrices estratégicas a seguir que tienen que ser elaborados por una gerencia con aptitudes estratégicas y visionarias. (De Vicuña, 2017) afirma que la formulación de directrices: “permite a la empresa ver sus actividades en la perspectiva de su entorno actual y futuro, que permite simular modificaciones en su quehacer hasta encontrar el modo más adecuado de alcanzar los resultados que se propone” (p. 152).

Las matrices estratégicas son representaciones que permiten visualizar aquellos factores, propiedades o parámetros más importantes para determinar la clase de estrategia más adecuada en relación a los objetivos que se quieren alcanzar, es decir la realidad del entorno o contexto y la capacidad y recurso que posee la empresa. Existen 2 tipos fundamentales de matrices: de posicionamiento y de evaluación, donde el FODA y el PEYEA son imprescindibles. (De Vicuña, p. 129)

En el desarrollo del plan estratégico se determinarán los objetivos estratégicos principales los cuales deben ser por el plazo establecido luego de realizar la evaluación general de la empresa, es obvio que estos objetivos se pueden lograr más fácilmente si los planes establecidos estuvieran debidamente diseñados, en este sentido la necesidad de definir objetivos en el plan estratégico es un punto fundamental en toda empresa. El análisis y medida de la eficacia de proceso de construcción y diseño, depende en gran medida de la cantidad, precio y calidad de los objetivos que se establecieron previamente en la etapa de planeación estratégica. Las constructoras deben conocer su situación real y hacia donde desea llegar, es por este motivo que el plan estratégico y, más específicamente, el relacionado con las finanzas deben tener sus propios objetivos, que varían dependiendo de cómo se implementarán. Algunos de los objetivos principales que busca un plan estratégico son:

- Posicionar en un mejor lugar a la entidad empresa en el mercado.
- Mejorar su rentabilidad.
- Establecer una mejor imagen y reputación.
- Crecer en todas las áreas dentro de la empresa.
- Adoptar un mayor compromiso con la sociedad.
- Aumentar la participación en el mercado.
- Satisfacción al cliente

En la presente investigación se analizó el plan estratégico de la constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C, para luego determinar la relación que guarda con su competitividad frente a otras empresas del rubro en el mercado, dando de esta manera respuesta al problema general: ¿Cómo se relaciona el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San

Martín de Porres?

Teóricamente la presente investigación se justifica en que la planificación estratégica moldea el futuro de la empresa por medio de un ordenado proceso que organiza las ventajas competitivas que tiene la entidad. Debido a que el rubro de la construcción presenta un comportamiento variable en el tiempo, que mayormente están en función del avance tecnológico y la calidad, el planteamiento estratégico es considerado como la herramienta con la que la empresa afrontará estos aspectos cambiantes de su entorno. La planificación estratégica motivará la buena toma de decisiones, convirtiéndose en un instrumento importante para alcanzar la eficiencia empresarial, integrándola a la visión de plazo corto, mediano y largo. El plan estratégico involucra desarrollar una serie de movimientos que la empresa llevará a cabo para conseguir sus objetivos institucionales de la mejor manera, aquí es fundamental analizar los factores internos y externos que experimenta; planificar es elaborar un proceso continuo de evaluación ya que los factores que varían en su entorno tienen gran influencia en el logro de los objetivos empresariales, es por eso que se recomienda analizar y evaluar las estrategias en varios escenarios para poder controlar más adelante los posibles resultados cambiantes. En la práctica, la investigación se justifica en que gran porcentaje de las empresas constructoras medianas no posee sus objetivos claros, los cuales les permita llegar a sus objetivos deseados, la elaboración de un plan estratégico hará posible desarrollar una propuesta para poder confrontar las situaciones que generen problemas previamente reconocidos y apoyará a un desarrollo positivo y ordenado que se sostendrá en un corto, mediano y largo plazo, siempre considerando las ventajas que el contexto presente, creando tácticas en base al logro de dichas ventajas competitivas que con el tiempo aportará al mejor posicionamiento en el mercado constructor. Finalmente metodológicamente hablando la presente investigación se enfoca cuantitativamente, siendo de tipo básico, con nivel correlacional y diseño descriptivo - correlacional, por consiguiente el procedimiento metodológico será analizar el plan estratégico que sigue la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C, para luego ver la relación que guarda con su competitividad, esto se logrará realizando encuestas aplicadas a las personas involucradas en la producción y control de calidad de la empresa. Para poder procesar dichos datos se utilizará el software estadístico SPSS Vs. 26, ya que es una de las herramientas más útiles para procesar datos de encuestas, deductivos e inductivos.

El objetivo general de la presente investigación es: Determinar la relación entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020. Siendo sus tres objetivos específicos respectivos: Determinar la relación entre el plan estratégico con la productividad, con la eficiencia y eficacia, y finalmente con la satisfacción del cliente de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.

Para llegar a los objetivos planteados anteriormente, la hipótesis general es: Existe relación positiva entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020. Siendo sus tres hipótesis específicas respectivas: El plan estratégico se relaciona positivamente con la productividad, con la eficiencia y eficacia, y finalmente con la satisfacción del cliente de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

(Lara, 2013) en su investigación señala que: “El método científico se refiere al conjunto de procedimientos que, valiéndose de los instrumentos o las técnicas necesarias, examina y soluciona un problema o conjunto de problemas de investigación”. Basado en la afirmación anterior, la presente investigación se elaboró por medio del método científico y, más específicamente, descriptivo pues se buscó describir la percepción de las unidades muestreadas por medio del cuestionario.

Al referirse de una investigación cuantitativa se da alusión al ámbito de las estadísticas, aquí es donde este enfoque se fundamenta, en analizar es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una contexto objetivo por medio de medidas numéricas y análisis estadísticos para luego establecer pronósticos o modelos de comportamiento del problema planteado. (Sampieri, 2014 p. 26)

El enfoque empleado en la presente investigación es cuantitativo debido a que se requirió a una recolección de datos con la finalidad de comprobar las hipótesis planteadas previamente al proceso metodológico.

La investigación de tipo básico se enfoca en la búsqueda del avance científico, aumentar el nivel de conocimiento teórico, no dando importancia directa a los posibles usos o resultados prácticos; es de mayor carácter formal y va tras las generalizaciones que buscan el desarrollo de algunas teorías con base a leyes o principios. (Lara, 2013 p. 51)

La investigación se ubicó dentro del tipo básico ya que no buscó la aplicación práctica de sus descubrimientos, más bien se interesó en acrecentar los conocimientos en busca de responder el problema general y llegar a la verificación de la hipótesis.

(Sampieri, 2014) afirma que el nivel correlacional: “tiene como propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables, miden cada una de ellas y después, cuantifican y analizan la vinculación. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba” (p. 98). Esta investigación tuvo nivel correlacional pues buscó

calcular el grado de correlación existente entre las variables: Plan estratégico y competitividad en empresas constructoras medianas. El diseño fue descriptivo-correlacional pues se usarán cuestionarios, observacional debido a que los resultados son de carácter estadístico y sólo se limitará a observar la situación y medir las variables antes mencionadas, prospectivo pues la investigación se diseñó y comenzó a realizarse en un presente y los datos se analizaron después de un determinado tiempo en el futuro, y finalmente fue transversal ya que sólo se usó el instrumento una sola vez con cada unidad de la muestra.

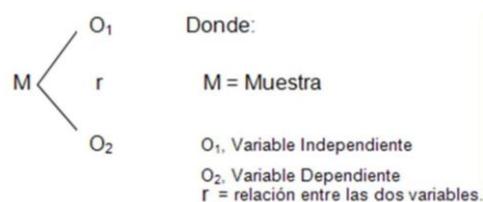


Figura 1: Representación del diseño correlacional.
Fuente: URP

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1: Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSION	INDICADORES	ITEMS	ESCALA Y NIVEL	NIVEL Y RANGOS			
Plan estratégico (Variable 1)	El plan estratégico es el resultado de un proceso gerencial que realiza una empresa, con la finalidad de formular, implantar, evaluar y desarrollar decisiones después de un minucioso análisis de la realidad en la que se encuentra la empresa, siguiendo por la formulación de directrices y matrices correctas que puedan direccionar los objetivos y recursos de la empresa con sus oportunidades características del mercado. (Ramos et al, 2017)	Para medir la variable plan estratégico se aplicará como instrumento un cuestionario de 20 ítems de acuerdo a las dimensiones.	Análisis externo	Oportunidades	1-6	Escala: Ordinal	Deficiente			
				Amenazas						
			Análisis interno	Fortalezas	7-11			Niveles: Politómica (1,2,3,4,5)	Eficiente	
				Debilidades						
			Formulación directrices	Misión	12-15					Muy eficiente
				Visión						
				Valores						
				Políticas						
			Matrices estratégicas	FODA	16-20					
				PEYEA						
				Interna-externa						
				Convergencia						

Competitividad de empresas constructoras medianas (Variable 2)	Una empresa constructora competirá de mejor manera en el mercado si consigue una producción mayor a un menor costo, teniendo un alto nivel de productividad, eficacia, eficiencia y satisfacción por parte de los clientes, todo lo cual se refleja en una mejora en la rentabilidad. (Pérez et al, 2016)	Para medir la competitividad en empresas constructoras medianas se aplicará como instrumento un cuestionario de 20 ítems de acuerdo a las dimensiones.	Productividad	Proyectos o licitaciones ganadas	1-7	Escala: Ordinal	Baja Media Alta
				Proyectos			
				Recursos			
			Eficiencia y eficacia	Avance de cronograma	8-14		
				Desempeño			
				Capacitaciones			
			Satisfacción del cliente	Calidad	15-20		
				Retención de clientes			
				Reclamaciones			
			Niveles: Politómica (1,2,3,4,5)				

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población, muestra y muestreo

Definido la clase de muestreo que se va a usar, se debe limitar la población que será analizada y sobre la cual se generalizarán los resultados. La población viene a ser la reunión de la totalidad de casos que coincidan con ciertas especificaciones características. (Sampieri, 2014 p.174).

Para esta investigación, la población está integrada por 52 personas encargadas de la gerencia, producción y control de calidad de la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C. (Sampieri, 2014) señala que: “La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p. 173). En este caso, la muestra de estudio viene a ser el mismo número que la población, esto debido a que por el contexto actual que nos encontramos en cuarentena debido a la pandemia del Covid 19, el acceso a la muestra de estudio fue muy limitado. El muestreo en este caso fue no probabilístico pues no se conoce las probabilidades de cada individuo en su selección para la muestra.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

(Valderrama, 2015) señala que: “La técnica es el conjunto de instrumentos que recolectan

los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis o casos” (p.75), mientras que (Salinas, 2013) afirma que: “Los instrumentos de recolección de datos o información en una investigación se refieren a los cuestionarios, planillas, escalas, modelos o cualquier otra forma de recabar la información necesaria para obtener los resultados que conduzcan a lograr los objetivos propuestos” (p.59). Para la presente investigación, la técnica usada fue la encuesta y el instrumento de recolección de datos, el cuestionario de encuesta.

Tabla 2: *Ficha técnica del instrumento (Variable 1)*

Variable	Plan estratégico
Autor:	Ramos et al (2017)
Adaptado por:	Heiner Salazar Márquez
Lugar:	Empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C.
Mes de aplicación:	Julio
Objetivo:	Recopilar información sobre el plan estratégico que tiene la empresa constructora
Administrado a:	Gerentes, encargados del área de producción y control de calidad
Tiempo:	15 min
Margen de error:	5%
Observaciones:	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: *Ficha técnica del instrumento (Variable 2)*

Variable	Competitividad en empresas constructoras medianas
Autor:	Guevara (2019)
Adaptado por:	Heiner Salazar Márquez
Lugar:	Empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C.
Mes de aplicación:	Julio
Objetivo:	Recopilar información sobre la competitividad que tiene la empresa constructora
Administrado a:	Gerentes, encargados del área de producción y control de calidad
Tiempo:	15 min
Margen de error:	5%
Observaciones:	---

Fuente: Elaboración propia

(Bernal, 2010) afirma que: “la validez permite extraer conclusiones acertadas con

respecto a una determinada variable a partir de los resultados de las mediciones” (p.194); mientras que (Hernández, 2014) indica que: “el juicio de expertos se refiere al grado en que aparentemente un instrumento de medición mide la variable en cuestión, de acuerdo con expertos en tema” (p. 204). En la presente investigación la validez de los instrumentos se hizo por juicio de expertos (ver en anexos) y se encuentra resumida en la tabla 4, siendo los instrumentos de medición usados, aplicables bajo los criterios de pertinencia, relevancia y claridad.

Tabla 4: Resumen Validez de instrumentos por juicio de expertos

Nivel académico	Apellidos y nombres	Apreciación
Doctor	Del Castillo Talledo, César Humberto	Aplicable
Magister	Zárate Ruíz, Gustavo Ernesto	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

(Sampieri, 2014) expresa que: “La confiabilidad de un instrumento se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p. 200). En el caso de la presente, se midió la confiabilidad del instrumento de medición mediante el análisis de la prueba piloto efectuada a 15 personas de la muestra, esto usando el Alfa de Cronbach y apoyado en el programa de estadísticas SPSS Vs. 26.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K : El número de ítems
 Si²: Sumatoria de Varianzas de los Ítems
 ST² : Varianza de la suma de los Ítems
 α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Figura 2: Fórmula de la constante Alfa de Cronbach

Fuente: Journal of consumer research

Tabla 5: Confiabilidad variable 1: Plan estratégico

Alfa de Cronbach	Nro de elementos
,950	20

Fuente: SPSS Vs.26

El coeficiente fue 0.950 que, según la tabla 21 (escala de valoración de Alfa de Cronbach, ver anexos), permitió afirmar que el cuestionario elaborado de 20 preguntas de la primera variable tuvo una excelente confiabilidad.

Tabla 6: *Confiabilidad variable 2: Competitividad en empresas constructoras medianas*

Alfa de Cronbach	Nro de elementos
,961	20

Fuente: SPSS Vs.26

El coeficiente alfa de Cronbach fue 0.961 que, de acuerdo a la tabla 21 (anexos), permitió afirmar que el cuestionario de 20 preguntas de la segunda variable tuvo una excelente confiabilidad.

2.5. Procedimiento

- Se hizo una evaluación de la situación actual de la constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C. con centro de operaciones en el distrito de San Martín de Porres, mediante observación de documentos proporcionados por ellos mismos.
- Se procedió a encuestar a Gerentes y encargados del área de producción y control de calidad usando los cuestionarios, los cuales fueron direccionados para medir las variables correspondientes.
- Se procesó los datos obtenidos, gracias a las encuestas, usando el software SPSS Vs. 26 y se procedió a su interpretación, los cuales junto a la evaluación del contexto real de la empresa, permitió llegar a una conclusión, verificando así las hipótesis planteadas para finalmente realizar las recomendaciones necesarias.

2.6. Método de análisis de datos

(Hevia, 2001) afirma que “El método de análisis de datos se presenta posterior a la aplicación del instrumento y finalizada la recolección de los datos. Se procederá a aplicar el análisis de los datos para dar respuesta a las interrogantes de la investigación” (p. 46). En la presente, se usó como método el estadístico descriptivo para el estudio estadístico del resultado de los instrumentos usados (encuestas), luego se procedió a su análisis cuantitativo y descriptivo mediante el software de SPSS Vs. 26, el cual sirvió como base para interpretar los resultados considerando las dimensiones del trabajo de investigación.

2.7. Aspectos éticos

(Ojeda y Quintero, 2007) señala que: “la investigación científica debe tener en cuenta los códigos actuales de ética internacional más importantes pues estos se enmarcan en problemáticas actuales, como la llamada globalización de la investigación y la proliferación de estudios internacionales multicéntricos” (p. 357). Para el correcto desarrollo ético de la presente, se tomó en consideración tanto el consentimiento informado, como la confidencialidad, el respeto a los derechos humanos y la integridad científica. Por razones éticas no se revelaron las identidades de las personas que encuestadas, sólo se analizaron sus respuestas al instrumento de medición.

III. RESULTADOS

Se presentan los resultados de los datos obtenidos al usar el instrumento de medición a la muestra escogida, considerando el objetivo principal de la investigación que es determinar la relación entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020, así como también los objetivos específicos planteados.

Análisis descriptivos:

- Variable 1: Plan estratégico

Tabla 7: Descripción Variable 1: Plan estratégico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	10	19,2	19,2
	Eficiente	20	38,5	57,7
	Muy eficiente	22	42,3	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.26

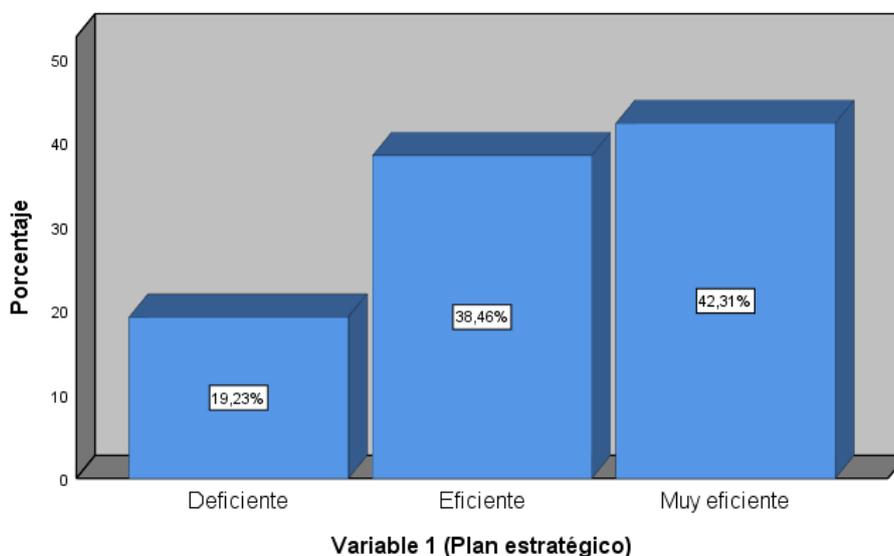


Figura 3: Descripción de la Variable 1: Plan estratégico

Fuente: SPSS Vs.26

De acuerdo a la tabla N° 7 y la figura N° 3, el 19.23% de los empleados que se

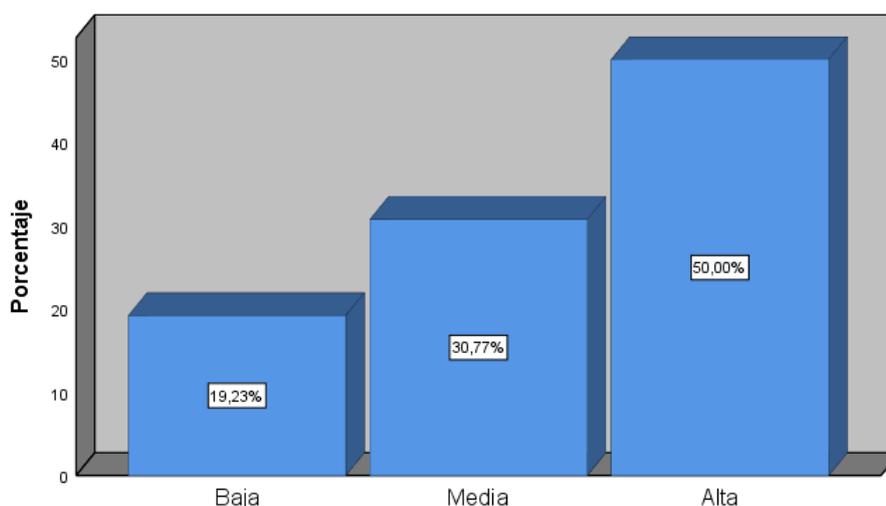
encuestaron afirmaron que la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C. posee un plan estratégico deficiente, por otro lado un 38.46% piensa que es eficiente y finalmente la mayor parte con un 42.31% asegura que su plan estratégico es muy eficiente.

- Variable 2: Competitividad en empresas constructoras medianas

Tabla 8: Descripción de la Variable 2: Competitividad en empresas constructoras medianas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	10	19,2	19,2
	Media	16	30,8	50,0
	Alta	26	50,0	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.26



Variable 2 (Competitividad en empresas constructoras medianas)

Figura 4: Descripción de la Variable 2: Competitividad empresas constructoras medianas

Fuente: SPSS Vs.26

De acuerdo a la tabla N° 8 y la figura N° 4, el 19.23% de los empleados que se encuestaron aseguran que la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C. cuenta con una competitividad baja, por otro lado un 30.77% piensa que es media y finalmente la mayor parte con un 50% asegura que su competitividad es alta. El análisis descriptivo de las dimensiones de cada variable se puede apreciar en Anexos.

Prueba de Normalidad:

- H_0 : Los datos se ajustan a la curva normal
- H_1 : Los datos no se ajustan a la curva normal

- Grado de significación $\alpha = 0.05 = 5\%$ (margen de error)
- Criterio de decisión $p \geq \alpha$ se acepta la hipótesis nula
 $p < \alpha$ se acepta la hipótesis alterna

Tabla 9: Prueba de normalidad

	Kolmogorov - Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig. (p)
Plan estratégico	,104	52	,200
Competitividad de empresas constructoras medianas	,132	52	,0.24

Fuente: SPSS Vs.26

Como la muestra analizada fueron 52 personas se usó la prueba de Kolmogorov - Smirnov, el grado de significancia en ambas variables fue mayor que 0.05 ($p \geq 0.05$), por este motivo se aceptó la hipótesis nula y rechazó la hipótesis alterna, en otras palabras, los datos recolectados se ajustaron a la curva normal, por lo que se decidió usar una estadística paramétrica (Pearson).

Prueba de hipótesis

Hipótesis general

- H_1 : Existe relación positiva entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.

- H_0 : No Existe relación positiva entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de

San Martín de Porres en el año 2020.

- Grado de significación $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen de error.
- Criterio de decisión $p \geq \alpha$ se acepta la hipótesis nula
 $p < \alpha$ se acepta la hipótesis alterna

Tabla 10: *Correlación entre plan estratégico y competitividad de empresas constructoras medianas*

		V1	V2
Plan estratégico	Correlación de Pearson (ρ)	1	,921
	Sig. (bilateral) (p)		,000
	N	52	52
Competitividad en empresas constructoras medianas	Correlación de Pearson (ρ)	,921	1
	Sig. (bilateral) (p)	,000	
	N	52	52

Fuente: SPSS Vs.26

Como $p = 0 < 0.05$ entonces se aceptó la hipótesis alterna, es decir existe relación positiva entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020; además, de acuerdo a la tabla de coeficiente de correlación de Pearson (tabla 22, ver anexos), como $\rho = 0.921$, se trató de una correlación positiva muy alta.

Hipótesis específica 1

- H_1 : El plan estratégico se relaciona positivamente con la productividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.
- H_0 : El plan estratégico no se relaciona positivamente con la productividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.

- Grado de significación $\alpha=0.05 = 5\%$ de margen de error.
- Criterio de decisión $p \geq \alpha$ se acepta la hipótesis nula
 $p < \alpha$ se acepta la hipótesis alterna

Tabla 11: *Correlación entre Plan estratégico y productividad*

	V1	V2
Plan estratégico	Correlación de Pearson (ρ)	1
	Sig. (bilateral) (p)	,899
	N	52
Productividad	Correlación de Pearson (ρ)	,899
	Sig. (bilateral) (p)	1
	N	52

Fuente: SPSS Vs.26

Como $p = 0 < 0.05$ entonces se aceptó la hipótesis alterna, en otras palabras el plan estratégico se relaciona positivamente con la productividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020; además de acuerdo a la tabla 22 (ver anexos), como $\rho = 0.899$, se trató de una correlación positiva alta.

Hipótesis específica 2

- H_1 : El plan estratégico se relaciona positivamente con la eficiencia y eficacia de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.
- H_0 : El plan estratégico no se relaciona positivamente con la eficiencia de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.
- Grado de significación $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen de error.
- Criterio de decisión $p \geq \alpha$ se acepta la hipótesis nula
 $p < \alpha$ se acepta la hipótesis alterna

Tabla 12: *Correlación entre plan estratégico y Eficiencia y eficacia*

		V1	V2
Plan estratégico	Correlación de Pearson (ρ)	1	,899
	Sig. (bilateral) (p)		,000
	N	52	52
Eficiencia y eficacia	Correlación de Pearson (ρ)	,899	1
	Sig. (bilateral) (p)	,000	
	N	52	52

Fuente: SPSS Vs.26

Como $p = 0 < 0.05$ entonces se aceptó la hipótesis alterna, es decir: El plan estratégico se relaciona positivamente con la eficiencia y eficacia de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020; además, de acuerdo a la tabla 22 (ver anexos), como $\rho = 0.899$, se trató de una correlación positiva alta.

Hipótesis específica 3

- H_1 : El plan estratégico se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.
- H_0 : El plan estratégico no se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.
- Grado de significación $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen de error.
- Criterio de decisión $p \geq \alpha$ se acepta la hipótesis nula
 $p < \alpha$ se acepta la hipótesis alterna

Tabla 13: *Correlación entre plan estratégico y satisfacción del cliente*

	V1	V2	
Plan estratégico	Correlación de Pearson (ρ)	1	,902
	Sig. (bilateral) (p)		,000
	N	52	52
Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson (ρ)	,902	1
	Sig. (bilateral) (p)	,000	
	N	52	52

Fuente: SPSS Vs.26

Como $p = 0 < 0.05$ entonces se aceptó la hipótesis alterna, en otras palabras el plan estratégico se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020; además, de acuerdo a la tabla 22 (ver anexos), como $\rho = 0.902$, se trató de una correlación positiva muy alta.

IV. DISCUSIÓN

El objetivo principal de esta investigación fue determinar la relación existente entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana analizada Rey Construcciones Generales S.A.C con centro de operaciones en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020, para lo cual se usaron, como instrumento de medición, encuestas al personal de la empresa en mención, diseñadas y dirigidas para medir las variables principales (plan estratégico y competitividad en empresas constructoras medianas), así como sus respectivas dimensiones, para luego ser procesadas por el software SPSS Vs.26, consiguiendo así alcanzar los objetivos planteados.

Para el diseño de las encuestas se basó en los instrumentos usados en dos investigaciones de Posgrado previamente analizadas, las cuales tenían cierta similitud cada una en una variable, por lo que fue necesario adaptarlas de acuerdo a las dimensiones planteadas en la parte metodológica de esta investigación; para la primera variable: “Plan estratégico”, se adaptó el instrumento usado en la investigación de Ramos y otros (2017), mientras que para la segunda variable: “Competitividad en empresas constructoras medianas”, se adaptó la correspondiente a la investigación de Guevara (2019). La validez de los instrumentos de medición se realizó por medio del juicio de expertos concluyendo, de acuerdo a lo analizado según estos, que las encuestas diseñadas fueron aplicables bajo los criterios de pertinencia, relevancia y claridad; asimismo la confiabilidad se midió mediante el análisis de la prueba piloto (15 personas de la muestra), usando el método de Alfa de Cronbach y apoyado en el software estadístico SPSS Vs. 26, dando como resultado una confiabilidad de 95% para la variable “Plan estratégico” y 96% para la variable “Competitividad en empresas constructoras medianas”, concluyendo que ambas variables tuvieron una excelente confiabilidad. El instrumento en mención contó con 20 ítems por variable y estuvo dirigido a las personas encargadas de la gerencia, producción y control de calidad de la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C, cabe mencionar que debido al contexto de pandemia, debido al Covid 19, en el que nos encontramos al momento de realizar la investigación, el envío y respuesta de dichas encuestas se realizó de manera virtual.

Con la base de datos del instrumento de medición completa y siendo estas procesadas en SPSS VS. 26, se analizó descriptivamente cada variable y dimensión para tener un conocimiento general de los resultados. Para la variable “Plan estratégico” se encontró que el 19.23% de los empleados encuestados afirmaron que la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C. posee un plan estratégico deficiente, por otro lado un 38.46% piensa que es eficiente y finalmente la mayor parte con un 42.31% asegura que su plan estratégico es muy eficiente, estos resultados muestran que existe una satisfacción de la mayor parte de los empleados en cuanto a cómo la empresa ha establecido su plan estratégico, comparando con la investigación de Ramos y otros (2017), se evidencia una oposición marcada debido a que sus resultados mostraron que la mayor parte de los encuestados consideraban que el plan estratégico que seguía su empresa no era la adecuada y no se encontraban conformes con ello. Para la variable “Competitividad en empresas constructoras medianas” los resultados mostraron que el 19.23% de los empleados aseguraron que la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C. cuenta con una competitividad baja, por otro lado un 30.77% piensa que es media y finalmente la mayor parte con un 50% asegura que su competitividad es alta, estos resultados indican que la mayor parte de los encuestados percibe que la empresa actualmente compite de gran manera frente a otras empresas del rubro, comparando con la investigación de Guevara (2018) se evidencia una situación similar pues la mayor parte de sus encuestados perciben que la empresa analizada compite adecuadamente en el mercado.

Pasando a la prueba de normalidad, se realizó usando Kolmogorov - Smirnov ya que la muestra analizada constó de 52 personas, resultando que para ambas variables fue mayor que 0.05 ($p \geq 0.05$), por lo tanto se resolvió en usar una estadística paramétrica (Pearson), decidido esto se realizó la prueba de hipótesis correlacionando la primera variable con la segunda y con cada una de las dimensiones de esta última, para alcanzar los objetivos planteados y confirmar las hipótesis.

La primera correlación se hizo entre la primera variable “Plan estratégico” y la segunda variable “Competitividad en empresas constructoras medianas” resultando una significancia $p=0.00$ y grado de correlación de Pearson $\rho =0.921$, es decir se halló una relación positiva muy alta entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa

constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020; este resultado era de esperarse debido a la satisfacción existente en el personal en cuanto al buen diseño del plan estratégico que implementó la gerencia de la empresa constructora lo cual generó que ésta tenga buenos resultados también en términos de competitividad; este resultado se asemeja al obtenido en la investigación de Guevara(2019) donde el nivel de correlación existente entre la planeación estratégica y la competitividad de la empresa cajamarquina que se analizó fue alta, proponiendo un plan estratégico para poder optimizar dicho resultado; caso contrario se observó en los resultados de Ramos y otros (2017) donde se pudo apreciar una correlación existente moderada entre la planeación estratégica y la competitividad de la empresa que analizaron los autores: Cirko Engineering, es por ello que en busca de mejorar su competitividad propusieron la implementación de un nuevo modelo de plan estratégico, mejor diseñado, basándose en una correcta evaluación externa e interna.

La segunda correlación se realizó entre la primera variable “Plan estratégico” y la primera dimensión de la segunda variable, es decir “Productividad” resultando una significancia $p=0.00$ y grado de correlación de Pearson $\rho =0.899$, en otras palabras el plan estratégico se correlaciona de forma positiva alta con la productividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020, este resultado se evidencia en la gran satisfacción por la mayor parte de los encuestados con un 51.92% en términos de productividad, donde el aumento del número de proyectos o licitaciones, la constancia de dichos proyectos, la rentabilidad económica y la planificación financiera y publicidad juegan un papel importante. Caso contrario se observa en la investigación de Ramos y otros (2017) donde la correlación existente entre la planeación estratégica y la productividad es moderada debido a la fuerte competencia en su mercado y la poca gestión en términos de publicidad que tiene.

La tercera correlación que se realizó fue entre la primera variable “Plan estratégico” y la segunda dimensión de la segunda variable, es decir “Eficiencia y eficacia” donde se obtuvo como resultado una significancia $p=0.00$ y grado de correlación de Pearson $\rho =0.899$ es decir el plan estratégico se relaciona de forma positiva alta con la eficiencia y eficacia de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San

Martín de Porres en el año 2020, esta relación guarda sentido con la gran aceptación de dichos términos por parte de los encuestados donde un 30.77% considera que la empresa posee una eficiencia y eficacia alta y el 50% percibe que estos conceptos son altos, esto se debe a que la empresa analizada presentó buenos números en cuanto al cumplimiento de cronogramas establecidos, entrega de obras a tiempo, optimización de recursos usados, capacitaciones, desempeño adecuado del personal y buen clima laboral. Caso similar se presenta en la investigación de Guevara (2019) donde la eficiencia y eficacia está presente en gran nivel optimizando recursos y tiempo de ejecución; estos resultados guardan relación con la investigación de la revista colombiana Aglala (2019) donde la competitividad se ve fortalecida si la gerencia se enfoca en repotenciar adecuadas tácticas corporativas y las habilidades humanas de sus trabajadores, donde las capacitaciones, inducciones, motivación y compromiso por parte de ellos son muy importantes.

Finalmente la última correlación se realizó entre la primera variable “Plan estratégico” y la tercera dimensión de la segunda variable, es decir “Satisfacción del cliente”, donde se obtuvo como resultado una significancia $p=0.00$ y grado de correlación de Pearson $\rho =0.902$, en otras palabras el plan estratégico se correlaciona de forma positiva muy alta, con la satisfacción de los clientes de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020, estos resultados se basan en los buenos números de percepción por parte de los encuestados donde el 34.62% considera que la satisfacción de los clientes es media, mientras que el 40.38 considera que es alta, esto debido (entre otros) a programas y certificaciones de calidad, opciones de ajuste de presupuesto, buenos tiempos de entrega, calidad en las obras entregadas, buen comportamiento del personal y bajo índice de reclamos por parte de los clientes. Caso contrario se observó en la investigación de Reymer y otros (2016) donde la relación entre el planeamiento estratégico y la satisfacción es moderada por lo que proponen un nuevo plan estratégico direccionado en mejorar resultados a mediano plazo, concluyendo que para el año 2021 la empresa Triada S.A.C. aumentará sus ventas en un 30% y la satisfacción del cliente en un 90%.

El análisis de los resultados obtenidos permitieron confirmar la hipótesis general y las hipótesis específicas planteadas en la primera parte de la presente investigación, las

cuales se tomarán en cuenta por parte de la gerencia de la constructora analizada para mejorar o en el mejor de los casos de iniciar el diseño de un nuevo plan estratégico para optimizar sus niveles de competitividad. Vale mencionar que la mayoría de empresas constructoras medianas en el mercado presentan en mayor o menor medida virtudes y deficiencias parecidas a la empresa Rey Construcciones Generales S.A.C, debido a que por el hecho de estar en crecimiento y contar con una planeación diseñada de manera medianamente correcta tienen gran potencial para optimizar su competitividad con la implementación de un nuevo modelo de plan estratégico correctamente diseñado.

V. CONCLUSIONES

1. Se confirmó la hipótesis general encontrando una relación positiva muy alta entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020, esto debido a que usando la estadística paramétrica de Pearson se obtiene como resultado que la significancia $p=0.00$ y grado de correlación de Pearson $\rho =0.921$, logrando así alcanzar el objetivo general planteado.
2. Se confirmó la primera hipótesis específica hallando que el plan estratégico se relaciona de forma positiva alta con la productividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020, debido a que el resultado, usando la estadística paramétrica de Pearson, tuvo significancia $p=0.00$ y grado de correlación de Pearson $\rho =0.899$, logrando así alcanzar el primer objetivo específico.
3. Se confirmó la segunda hipótesis específica hallando que el plan estratégico se relaciona de forma positiva alta con la eficiencia y eficacia de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020, basado en los resultados de significancia $p=0.00$ y grado de correlación de Pearson $\rho =0.899$, obtenidos al usar la estadística paramétrica de Pearson, logrando de esta manera alcanzar el segundo objetivo específico.
4. Finalmente se confirmó la tercera hipótesis específica hallando que el plan estratégico se relaciona de forma positiva muy alta con la satisfacción del cliente de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020, debido a los resultados conseguidos usando la estadística paramétrica de Pearson, las cuales fueron significancia $p=0.00$ y grado de correlación de Pearson $\rho =0.902$, llegando así a alcanzar el tercer objetivo específico.

VI. RECOMENDACIONES

1. Dentro del plan estratégico se recomienda realizar el análisis externo con una adecuada anticipación de tiempo, asimismo en el análisis interno en lo posible se debe involucrar a todos los empleados, asimismo, la formulación de directrices como la misión y visión deben ser elaborados por una gerencia con aptitudes estratégicas y visionarias dado que son herramientas esenciales para mejorar la competitividad a mediano y largo plazo.
2. La gerencia y responsables de cada área de la empresa constructora deben realizar un seguimiento al cumplimiento del plan estratégico, de las matrices y de los objetivos institucionales, capacitar al personal constantemente en sus labores y en la optimización de recursos, del mismo modo es importante reforzar el área de marketing para así mejorar los números en términos de productividad.
3. Se debe elaborar un control documentado periódicamente que siga el correcto funcionamiento de la implementación del plan estratégico, usando una hoja de ruta, evidenciando los progresos y fracasos durante dicho proceso, para analizar los resultados en términos de eficiencia y eficacia para poner mayor énfasis en los puntos críticos en busca de la optimización de la competitividad.
4. La empresa analizada no ha elaborado algún sistema que haga posible conocer el nivel satisfacción de sus clientes, se recomienda su implementación considerando reuniones en la parte final de cada proyecto entregado, así como diálogo estructurado con los clientes obteniendo un feedback en términos del proceso ya culminado como del resultado mismo.
5. Se recomienda realizar más investigaciones en base a los resultados del presente trabajo, para mejorar la competitividad de las Mypes constructoras, elaborando e implementando un mejor plan estratégico, debido a que un gran número de empresas constructoras medianas en el mercado presentan, en mayor o menor medida, virtudes y deficiencias parecidas a la empresa analizada, estas por el hecho de estar en crecimiento y contar con una planeación diseñada de manera medianamente correcta cuentan con gran potencial para optimizar su competitividad.

REFERENCIAS

- Arcudia, C., Pech, J. y Álvarez, S. (enero, 2019). Ingeniería Revista Académica, 9(1) 25-36. La empresa constructora y sus operaciones bajo un enfoque de sistemas. Recuperado de <http://www.revista.ingenieria.uady.mx/volumen9/laempresa.pdf>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. México D. F.: Pearson Educación.
- D'Alessio, F. (2008). El proceso estratégico un enfoque de gerencia.
- De Vicuña, J. (2017). El plan estratégico en la práctica. Esic Editorial.
- Díaz, P. (7 de noviembre del 2016). Presentan claves de competitividad en empresas constructoras. Recuperado de <https://centrourbano.com/2016/11/07/presentan-claves-competitividad-empresas-constructoras>.
- Euroconstruct (2019, 29 de diciembre) New challenges for European construction after 2020. Recuperado de http://www.euroconstruct.org/ec/press/pr2019_88
- Falcón, C y Fuentes, J. Revista Universo Contábil 4(3) 111-123. Las empresas constructoras: un análisis económico-financiero. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1170/117016815008.pdf>
- Farfán, L., & Junnelly, L. (2018). Modelo de gestión de calidad para mejorar la competitividad en las medianas empresas constructoras de edificaciones (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Ingeniería). (Tesis de maestría). Recuperada de <http://cybertesis.uni.edu.pe/handle/uni/17099>
- García, G., Paz, A. y Cantillo, N. (agosto, 2019). Revista Aglala, 10(1) 312-339. Estrategia y habilidades para la competitividad: caso de Pymes del sector construcción en Barranquilla. Recuperado de <https://doi.org/10.22519/22157360.1349>

- García, J. (julio, 2017). Revista Espacios (52). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p16.pdf>
- Guevara Peralta, H. F. (2019). Plan estratégico y su influencia en la competitividad en una empresa constructora, Cajamarca 2018 (Tesis Parcial). Recuperado de <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21578>
- Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. (6ta Ed.). Perú, Lima: Mc Graw Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hevia, O. (2001). Reflexiones metodológicas y epistemológicas sobre las ciencias Sociales. Ediciones Tropycos. Venezuela.
- JLL (2019) Latin America Office Market Overview, H1 2019. Recuperado de <https://www.jll.cl/en/trends-and-insights/research/latin-america-office-market-overview--h1-2019>
- Lam, R. y Hernández, P. (agosto, 2008). Revista Cubana de Hematología, Inmunología y Hemoterapia, 24(2) 1-9. Los términos: eficiencia, eficacia y efectividad ¿son sinónimos en el área de la salud?. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-02892008000200009
- Lara, E. (2013). Fundamentos de investigación: un enfoque por competencias. Mexico: Alfaomega.
- Mondragón-Barrios (2009) Consentimiento informado: una *praxis* dialógica para la investigación. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2788237/>
- Ojeda, J. y Quintero, J. (2007). La ética en la investigación. Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 9(2), 345-357.

Oviedo, C y otros (2005). Revista Colombiana de Psiquiatría (4). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf>

Peñaloza, M. (julio, 2007). Revista Actualidad contable Faces, 10(15) 82-94. Tecnología e Innovación factores claves para la competitividad. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25701508.pdf>

Pérez, A., Arque, W., Palomino, C. y Romainville, F. (2016). Plan estratégico para la Empresa Freak Constructores y Consultores SRL. (Tesis de maestría) recuperada de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7534>

Perú 21 (2019, 24 de setiembre) CAPECO: Expectativas del sector construcción permanecen positivas, pese a la baja inversión pública. *Peru21*. Recuperado de <https://peru21.pe/economia/capeco-expectativas-sector-construccion-permanecen-positivas-pese-baja-inversion-publica-502495-noticia/>

Peterson, R. A. (1994). A meta-analysis of Cronbach's coefficient alpha. *Journal of consumer research*, 21(2), 381-391.

Ramos Toledo, M. C., Jara Velarde, H. E., & Rivasplata Durante, J. G. (2017). Plan estratégico para mejorar la competitividad y eficiencia en CIRKO Engineering por los años 2016-2019.

Restrepo, L. y otros (junio, 2007). Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias (20). De Pearson a Spearman. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-06902007000200010

Reymer, J., Rodríguez, B. y Mejía, M. (2016). Plan estratégico 2017-2021 para la empresa constructora e inmobiliaria TRIADA SAC. (Tesis de maestría) recuperada de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/626168>

Salinas, P. 2013. Metodología de la investigación. México DC : s.n., 2013.

Sampieri, R. 2014. Metodología de la investigación. México DC : s.n., 2014

Schaefer, T., Guenther, T. (abril, 2016). Journal of Management Control, 1(27) 205–249.
Exploring strategic planning outcomes: the influential role of top versus middle management participation. Recuperado de <https://doi.org/10.1007/s00187-016-0230-9>

Steiner, G. A. (2010). Strategic planning. Simon and Schuster.

Torrent-Selles, J., Ficapal-Cusí, P. (septiembre, 2010). Revista de Ciencias Administrativas y Sociales: INNOVAR, 20(38) 111-124. ¿Nuevas fuentes co-innovadoras de la productividad empresarial?. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81819024009.pdf>

Treviño, L. (2018). La tecnología, siglos XVI al XX. Universidad Nacional Autónoma de México.

Valderrama, S. (2015). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Lima: San Marcos de Aníbal Jesús Paredes Galván, 2015.

Viñas, V. (junio, 2005). Revista del CLAD Reforma y Democracia, 1(32) 1 -13. Satisfacción del cliente, calidad y evaluación: un análisis crítico. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3575/357533664007.pdf>

ANEXOS
Anexo 1: Matriz de consistencia

Matriz de consistencia		Variables e indicadores				
Título: Plan estratégico en la competitividad de empresas constructoras medianas, Los Olivos 2020 Autor: Heiner Iván Salazar Márquez		Variable 1: Plan estratégico				
Problema	Objetivos	Hipótesis	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
Problema General: ¿Cómo se relaciona el plan estratégico y la competitividad de empresas constructoras medianas en el distrito de los Olivos?	Objetivo general: Determinar la relación entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020	Hipótesis general: Existe relación positiva entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.	-Oportunidades -Amenazas -Fortalezas -Debilidades -Misión -Visión -Valores -Políticas -FODA -PEYEA -Interna-Externa -Convergencia	1-6 7-11 12-15 16-20	Ordinal Ordinal Ordinal	Politémico - Muy en desacuerdo -En desacuerdo -Ni de acuerdo ni en desacuerdo -De acuerdo -Muy de acuerdo
	Objetivos específicos: -Determinar la relación entre el plan estratégico y la productividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020. -Determinar la relación entre el plan estratégico y la eficiencia y eficacia de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020. -Determinar la relación entre el plan estratégico y la satisfacción del cliente de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.	Hipótesis específicas: -El plan estratégico se relaciona positivamente con la productividad de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020. -El plan estratégico se relaciona positivamente con la eficiencia y eficacia de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020. -El plan estratégico se relaciona positivamente con la satisfacción del cliente de la empresa constructora mediana Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020.	-Proyectos o licitaciones ganadas. -Proyectos Recursos -Avance de cronograma -Desempeño -Capacitaciones -Calidad -Retención de clientes -Reclamaciones	1-7 8-14 15-20	Escala de medición Escala de medición Escala de medición	Politémico - Muy en desacuerdo -En desacuerdo -Ni de acuerdo ni en desacuerdo -De acuerdo -Muy de acuerdo

Fuente: Elaboración propia

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnica e instrumentos	Estadística a usar
Método: Método Científico, descriptivo Enfoque: Cuantitativo	Población: 52 personas encargadas de la gerencia, producción y control de calidad de la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C Tipo de muestreo: No probabilístico Tamaño de muestra: 52 personas encargadas de la gerencia, producción y control de calidad de la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C	Variable 1: Plan estratégico Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de encuesta.	Estadística descriptiva
Nivel: Correlacional Diseño: Descriptivo-correlacional (Observacional, prospectivo, transversal)		Variable 2: Competitividad en empresas constructoras medianas Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario de encuesta.	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Instrumentos

ENCUESTA, DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA REY CONSTRUCCIONES GENERALES S.A.C

Fecha: ___/___/___

Nro. de encuesta: ___

Duración estimada: 20 minutos.

I. Introducción: El presente cuestionario tiene como objetivo, recopilar información sobre el plan estratégico. Lea las siguientes preguntas y marque con una equis (X), aquella opción que expresa su conformidad, percepción o sentir de cada una de las siguientes afirmaciones. Le aseguramos que la información que registren es de estricta reserva y solo será utilizado para culminar la investigación y presentar las recomendaciones necesarias.

Puntuaciones de escala Likert			
1	Muy en desacuerdo	4	De acuerdo
2	En desacuerdo	5	Muy de acuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		

II. Cuestionario

Variable 1: Plan estratégico

Nº	Ítems	Respuestas				
Dimensión 1: Análisis externo						
1	La empresa ha analizado adecuadamente el contexto externo que lo rodea para definir sus planes estratégicos.	1	2	3	4	5
2	La empresa ha identificado los factores positivos que se generan en su entorno para que puedan ser aprovechados.	1	2	3	4	5
3	La empresa ha identificado los factores negativos que se generan en su entorno para poder minimizarlos.	1	2	3	4	5
4	La empresa ha identificado los factores sociales que tienen impacto en sus actividades.	1	2	3	4	5
5	La empresa ha identificado los factores ambientales que tienen impacto en sus actividades.	1	2	3	4	5
6	La empresa ha identificado los factores políticos o legales que tienen impacto en sus actividades.	1	2	3	4	5
Dimensión 2: Análisis interno						
7	La empresa ha analizado adecuadamente su contexto interno para definir sus planes estratégicos.	1	2	3	4	5
8	La empresa ha identificado plenamente sus fortalezas.	1	2	3	4	5

9	La empresa ha tomado las acciones necesarias para reforzar adecuadamente dichas fortalezas.	1	2	3	4	5
10	La empresa ha identificado plenamente sus debilidades.	1	2	3	4	5
11	La empresa ha tomado las acciones necesarias para minimizar dichas debilidades.	1	2	3	4	5
Dimensión 3: Formulación directrices						
12	Tengo conocimiento de la misión, visión, valores y políticas de la empresa.	1	2	3	4	5
13	La empresa ha definido adecuadamente su misión, visión, valores y políticas en base a su análisis interno y externo.	1	2	3	4	5
14	Estoy comprometido con la misión, visión, valores y políticas de la empresa.	1	2	3	4	5
15	La empresa regularmente se encarga de recordar a los empleados sobre la misión, visión, valores y políticas.	1	2	3	4	5
Dimensión 4: Matrices estratégicas						
16	La empresa ha definido adecuadamente sus matrices estratégicas.	1	2	3	4	5
17	La empresa ha realizado un adecuado diseño de plan estratégico para mejorar su posicionamiento en el mercado en los últimos años.	1	2	3	4	5
18	La empresa ha tomado en cuenta de forma correcta el análisis externo e interno para la formulación de su plan estratégico.	1	2	3	4	5
19	Estoy comprometido en desarrollar mis labores siguiendo el plan estratégico establecido por la empresa.	1	2	3	4	5
20	El plan estratégico diseñado está funcionando correctamente.	1	2	3	4	5

**ENCUESTA, DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA REY
CONSTRUCCIONES GENERALES S.A.C**

Fecha: ___/___/___

Nro. de encuesta: ___

Duración estimada: 20 minutos.

I. Introducción: El presente cuestionario tiene como objetivo, recopilar información sobre la competitividad que tiene la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C. Lea las siguientes preguntas y marque con una equis (X), aquella opción que expresa su conformidad, percepción o sentir de cada una de las siguientes afirmaciones. Le aseguramos que la información que registren es de estricta reserva y solo será utilizado para culminar la investigación y presentar las recomendaciones necesarias.

Puntuaciones de escala Likert			
1	Muy en desacuerdo	4	De acuerdo
2	En desacuerdo	5	Muy de acuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo		

II. Cuestionario

Variable 2: Competitividad

N°	Ítems	Respuestas				
Dimensión 1: Productividad						
1	Durante los últimos meses el número de proyectos o licitaciones ganadas ha aumentado.	1	2	3	4	5
2	La empresa tiene proyectos en cartera permanentemente.	1	2	3	4	5
3	El área dedicada a la publicidad de la empresa para la captación de clientes y proyectos funciona de la manera adecuada.	1	2	3	4	5
4	La empresa ha ido incrementando su rentabilidad económica en los últimos meses.	1	2	3	4	5
5	La empresa optimiza el uso de recursos.	1	2	3	4	5
6	La empresa tiene planeación financiera eficiente.	1	2	3	4	5
7	La empresa cuenta con el personal, maquinaria y proveedores adecuados para la ejecución de proyectos.	1	2	3	4	5
Dimensión 2: Eficiencia y eficacia						
8	Los proyectos se desarrollan de acuerdo al cronograma establecido.	1	2	3	4	5
9	Las obras son entregadas en el tiempo establecido.	1	2	3	4	5
10	La empresa tiene capacidad de respuesta ante el cambio y se adapta hábilmente ante inconvenientes que se pueden presentar.	1	2	3	4	5

11	El desempeño del personal y las áreas involucradas con el desarrollo de proyectos es el adecuado.	1	2	3	4	5
12	El nivel de satisfacción y motivación del personal en el trabajo es buena.	1	2	3	4	5
13	La empresa cuenta con un programa definido para la capacitación de su personal e inducción para los nuevos.	1	2	3	4	5
14	La empresa cuenta con un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo, los documenta cuando ocurren y toma las acciones preventivas y/o correctivas.	1	2	3	4	5
Dimensión 3: Satisfacción del cliente						
15	La empresa cuenta con programas y certificaciones de calidad.	1	2	3	4	5
16	La empresa presenta distintas opciones que se ajustan al presupuesto de cada cliente.	1	2	3	4	5
17	El nivel de satisfacción del cliente con respecto al tiempo de entrega de proyectos es bueno.	1	2	3	4	5
18	El nivel de satisfacción del cliente con respecto a la calidad del resultado final del proyecto es bueno.	1	2	3	4	5
19	El número de reclamaciones a proyectos entregados ha disminuido en los últimos meses.	1	2	3	4	5
20	El comportamiento de los empleados de la empresa genera confianza a los clientes.	1	2	3	4	5

Anexo 3: Validación por Juicio de Expertos

Experto 1:



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: PLAN ESTRATÉGICO

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias	
		Si	No	Si	No	Si	No		
	Análisis externo								
1	La empresa ha analizado adecuadamente el contexto externo que lo rodea para definir sus planes estratégicos.	X		X		X			
2	La empresa ha identificado los factores positivos que se generan en su entorno para que puedan ser aprovechados.	X		X		X			
3	La empresa ha identificado los factores negativos que se generan en su entorno para poder minimizarlos.	X		X		X			
4	La empresa ha identificado los factores sociales que tienen impacto en sus actividades.	X		X		X			
5	La empresa ha identificado los factores ambientales que tienen impacto en sus actividades.	X		X		X			
6	La empresa ha identificado los factores políticos o legales que tienen impacto en sus actividades.	X		X		X			
	Análisis interno	Si	No	Si	No	Si	No		
7	La empresa ha analizado adecuadamente su contexto interno para definir sus planes estratégicos.	X		X		X			
8	La empresa ha identificado plenamente sus fortalezas.	X		X		X			
9	La empresa ha tomado las acciones necesarias para reforzar adecuadamente dichas fortalezas.	X		X		X			
10	La empresa ha identificado plenamente sus debilidades.	X		X		X			
11	La empresa ha tomado las acciones necesarias para minimizar dichas debilidades.	X		X		X			
	Formulación directrices	Si	No	Si	No	Si	No		
12	Tengo conocimiento de la misión, visión, valores y políticas de la empresa.	X		X		X			
13	La empresa ha definido adecuadamente su misión, visión, valores y políticas en base a su análisis interno y externo.	X		X		X			
14	Estoy comprometido con la misión, visión, valores y políticas de la empresa.	X		X		X			
15	La empresa regularmente se encarga de recordar a los empleados sobre la misión, visión, valores y políticas.	X		X		X			

Matrices estratégicas		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
16	La empresa ha definido adecuadamente sus matrices estratégicas.	X		X		X		X	
17	La empresa ha realizado un adecuado diseño de plan estratégico para mejorar su posicionamiento en el mercado en los últimos años.	X		X		X		X	
18	La empresa ha tomado en cuenta de forma correcta el análisis externo e interno para la formulación de su plan estratégico.	X		X		X		X	
19	Estoy comprometido en desarrollar mis labores siguiendo el plan estratégico establecido por la empresa.	X		X		X		X	
20	El plan estratégico diseñado está funcionando correctamente.	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): los items planteados son suficientes para medir la dimensión

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: DEL CASTILLO TALLEDO, CÉSAR HUMBERTO

DNI: 07035192

Especialidad del validador: Metablog

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

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


Firma del Experto Informante

26 de Junio del 2020

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD EN EMPRESAS CONSTRUCTORAS MEDIANAS

N°	Productividad	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias		
			Si	No	Si	No	Si	No			
1	Durante los últimos meses el número de proyectos o licitaciones ganadas ha aumentado. La empresa tiene proyectos en cartera permanentemente. El área dedicada a la publicidad de la empresa para la captación de clientes y proyectos funciona de la manera adecuada. La empresa ha ido incrementando su rentabilidad económica en los últimos meses. La empresa optimiza el uso de recursos. La empresa tiene planeación financiera eficiente. La empresa cuenta con el personal, maquinaria y proveedores adecuados para la ejecución de proyectos. Eficiencia y eficacia Los proyectos se desarrollan de acuerdo al cronograma establecido. Las obras son entregadas en el tiempo establecido. La empresa tiene capacidad de respuesta ante el cambio y se adapta hábilmente ante inconvenientes que se pueden presentar. El desempeño del personal y las áreas involucradas con el desarrollo de proyectos es el adecuado. El nivel de satisfacción y motivación del personal en el trabajo es buena. La empresa cuenta con un programa definido para la capacitación de su personal e inducción para los nuevos. La empresa cuenta con un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo, los documenta cuando ocurren y toma las acciones preventivas y/o correctivas. Satisfacción del cliente La empresa cuenta con programas y certificaciones de calidad. La empresa presenta distintas opciones que se ajustan al presupuesto de cada cliente.										
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8				Si	No	Si	No	Si	No		
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15				Si	No	Si	No	Si	No		
16											

17	El nivel de satisfacción del cliente con respecto al tiempo de entrega de proyectos es bueno.	X		X		X	
18	El nivel de satisfacción del cliente con respecto a la calidad del resultado final del proyecto es bueno.	X		X		X	
19	El número de reclamaciones a proyectos entregados ha disminuido en los últimos meses.	X		X		X	
20	El comportamiento de los empleados de la empresa genera confianza a los clientes.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *los items planteados son suficientes para medir la dimensión*

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *DEL CASTILLO TALLEDO, CESAR HUMBERTO*

DNI: *07035192*

Especialidad del validador: *Medio de los p*

20 de Junio del 2020

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

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



Firma del Experto Informante

Experto 2:

Re: Solicito validación de juicio de expertos



Gustavo Zarate <gezarater@gmail.com>

Mié 8/07/2020 05:12

Para: Usted



Muy buenos Días Bachiller Heiner Iván Salazar Márquez

Según la revisión del documento en mención declaro lo siguiente:

1. Se encuentra suficiencia en el instrumento, bajo los criterios de pertinencia relevancia y claridad en todos los items.
2. Bajo los criterios de aplicabilidad, certifico que es aplicable el instrumento en mención.

Doy mi veredicto de validez y confiabilidad del instrumento para los fines que considere conveniente.

San Martín de Porres 08 de julio del 2020.

Atentamente

MG. Gustavo Ernesto Zarate Ruiz
 MG en Administración de Negocios - MBA
 MG. en Gestión Pública
 DNI 09870134



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 1: PLAN ESTRATEGICO

N°	Dimensiones / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	Análisis externo La empresa ha analizado adecuadamente el contexto externo que lo rodea para definir sus planes estratégicos.							
2	La empresa ha identificado los factores positivos que se generan en su entorno para que puedan ser aprovechados.							
3	La empresa ha identificado los factores negativos que se generan en su entorno para poder minimizarlos.							
4	La empresa ha identificado los factores sociales que tienen impacto en sus actividades.							
5	La empresa ha identificado los factores ambientales que tienen impacto en sus actividades.							
6	La empresa ha identificado los factores políticos o legales que tienen impacto en sus actividades.							
7	Análisis interno La empresa ha analizado adecuadamente su contexto interno para definir sus planes estratégicos.	Si	No	Si	No	Si	No	
8	La empresa ha identificado plenamente sus fortalezas.							
9	La empresa ha tomado las acciones necesarias para reforzar adecuadamente dichas fortalezas.							
10	La empresa ha identificado plenamente sus debilidades.							
11	La empresa ha tomado las acciones necesarias para minimizar dichas debilidades.							
12	Formulación directrices Tengo conocimiento de la misión, visión, valores y políticas de la empresa.	Si	No	Si	No	Si	No	
13	La empresa ha definido adecuadamente su misión, visión, valores y políticas en base a su análisis interno y externo.							
14	Estoy comprometido con la misión, visión, valores y políticas de la empresa.							
15	La empresa regularmente se encarga de recordar a los empleados sobre la misión, visión, valores y políticas.							

	Matrices estratégicas	Si	No	Si	No	Si	No
16	La empresa ha definido adecuadamente sus matrices estratégicas.						
17	La empresa ha realizado un adecuado diseño de plan estratégico para mejorar su posicionamiento en el mercado en los últimos años.						
18	La empresa ha tomado en cuenta de forma correcta el análisis externo e interno para la formulación de su plan estratégico.						
19	Estoy comprometido en desarrollar mis labores siguiendo el plan estratégico establecido por la empresa.						
20	El plan estratégico diseñado está funcionando correctamente.						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. **D^r/Mg^r: Gustavo Ernesto Zarate Ruiz**

DNI:....09870134...

Especialidad del validador:.....ADMINISTRACION DE NEGOCIOS.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Firma del Experto Informante

26 de Junio del 2020

A. S. S. S. S.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE 2: COMPETITIVIDAD EN EMPRESAS CONSTRUCTORAS MEDIANAS

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Productividad							
1	Durante los últimos meses el número de proyectos o licitaciones ganadas ha aumentado.							
2	La empresa tiene proyectos en cartera permanentemente.							
3	El área dedicada a la publicidad de la empresa para la captación de clientes y proyectos funciona de la manera adecuada.							
4	La empresa ha ido incrementando su rentabilidad económica en los últimos meses.							
5	La empresa optimiza el uso de recursos.							
6	La empresa tiene planeación financiera eficiente.							
7	La empresa cuenta con el personal, maquinaria y proveedores adecuados para la ejecución de proyectos.							
	Eficiencia y eficacia	Si	No	Si	No	Si	No	
8	Los proyectos se desarrollan de acuerdo al cronograma establecido.							
9	Las obras son entregadas en el tiempo establecido.							
10	La empresa tiene capacidad de respuesta ante el cambio y se adapta hábilmente ante inconvenientes que se pueden presentar.							
11	El desempeño del personal y las áreas involucradas con el desarrollo de proyectos es el adecuado.							
12	El nivel de satisfacción y motivación del personal en el trabajo es buena.							
13	La empresa cuenta con un programa definido para la capacitación de su personal e inducción para los nuevos.							
14	La empresa cuenta con un programa de seguridad industrial para prevenir accidentes de trabajo, los documentos cuando ocurren y toma las acciones preventivas y/o correctivas.							
	Satisfacción del cliente	Si	No	Si	No	Si	No	
15	La empresa cuenta con programas y certificaciones de calidad.							
16	La empresa presenta distintas opciones que se ajustan al presupuesto de cada cliente.							
17	El nivel de satisfacción del cliente con respecto al tiempo de entrega de proyectos es bueno.							

17	El nivel de satisfacción del cliente con respecto al tiempo de entrega de proyectos es bueno.								
18	El nivel de satisfacción del cliente con respecto a la calidad del resultado final del proyecto es bueno.								
19	El número de reclamaciones a proyectos entregados ha disminuido en los últimos meses.								
20	El comportamiento de los empleados de la empresa genera confianza a los clientes.								

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador: **Dr/Mg: Gustavo Ernesto Zarate Ruiz**

DNI:....09870134...

Especialidad del validador:.....ADMINISTRACION DE NEGOCIOS.....

..... de Junio del 2020

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Firma del Experto Informante

Anexo 4
Base de datos

Variable 1																			
Dimensión 1						Dimensión 2					Dimensión 3				Dimensión 4				
Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17	Item18	Item19	Item20
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3
4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4

Fuente: Elaboración propia

Variable 2																			
Dimensión 1							Dimensión 2							Dimensión 3					
Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17	Item18	Item19	Item20
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4
5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5
4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5

4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4

Fuente: Elaboración propia

Anexo 5
Análisis descriptivo de dimensiones

Tabla 14: Descripción Dimensión 1 de la variable 1: Análisis externo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	8	15,4	15,4
	Eficiente	20	38,5	53,8
	Muy eficiente	24	46,2	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.26

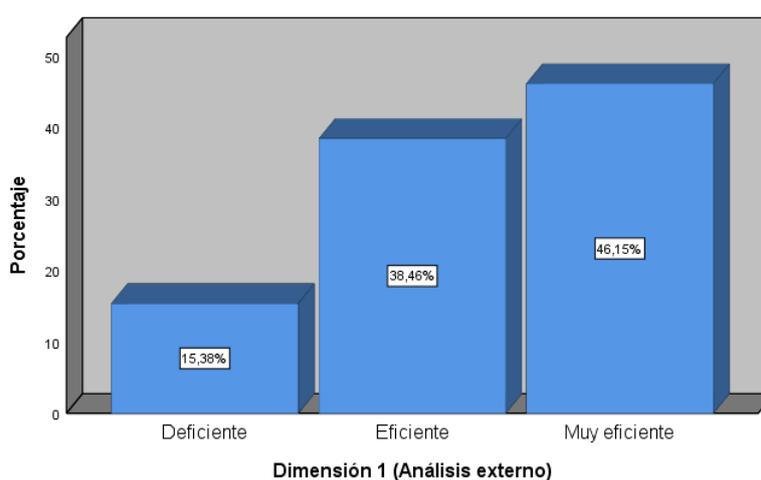


Figura 5: Descripción de la Dimensión 1 de la variable 1: Análisis externo
Fuente: SPSS Vs.26

De acuerdo a la tabla N° 14 y la figura N° 5, el 15,38% de los empleados encuestados afirman que la empresa realizó un análisis externo deficiente como parte del plan estratégico, por otro lado un 38,43% piensa que es eficiente y finalmente la mayor parte con un 46,15% asegura que es muy eficiente.

Tabla 15: Descripción Dimensión 2 de la variable 1: Análisis interno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	10	19,2	19,2
	Eficiente	11	21,2	40,4
	Muy eficiente	31	59,6	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.26

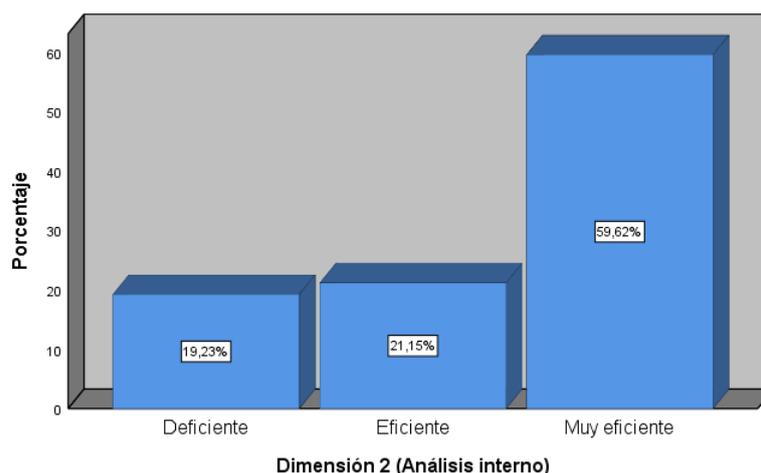


Figura 6: Descripción de la Dimensión 2 de la variable 1: Análisis interno
Fuente: SPSS Vs.26

De acuerdo a la tabla N° 15 y la figura N° 6, el 19.23% de los empleados encuestados afirman que la empresa realizó un análisis interno (como parte del plan estratégico) de manera deficiente; por otro lado un 21.15% piensa que es eficiente y finalmente la mayor parte con un 59.62% asegura que se hizo de manera muy eficiente.

Tabla 16: Descripción Dimensión 3 de la variable 1: Formulación de directrices

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	20	38,5	38,5
	Eficiente	22	42,3	80,8
	Muy eficiente	10	19,2	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.26

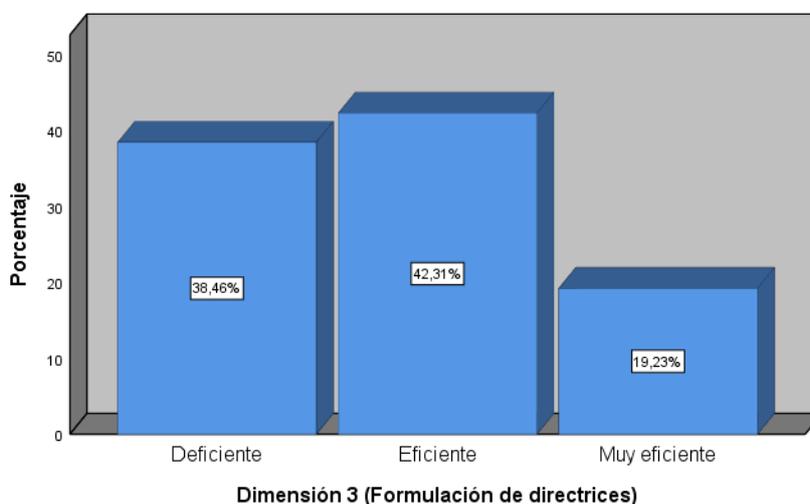


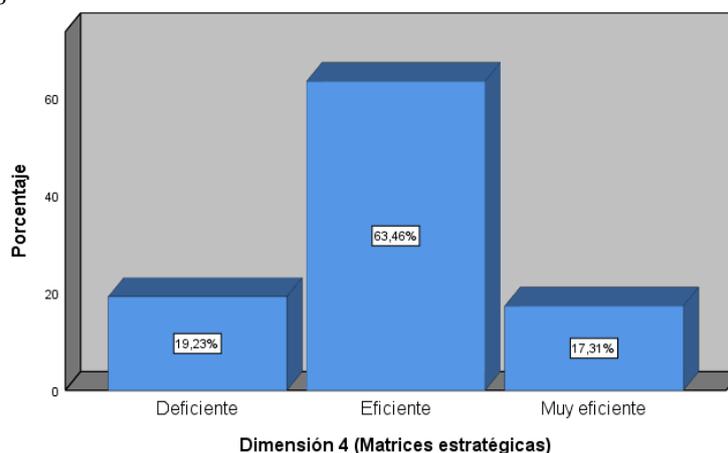
Figura 7: Descripción de la Dimensión 3 de la variable 1: Formulación de directrices
Fuente: SPSS Vs.26

De acuerdo a la tabla N° 16 y la figura N° 7, el 38.46% de los empleados encuestados afirman que la empresa ha formulado sus directrices (como parte de su plan estratégico) de manera deficiente; por otro lado un mayor número con un 42.31% piensa que es eficiente y finalmente un 19.23% asegura que es muy eficiente.

Tabla 17: Descripción Dimensión 4 de la variable 1: Matrices estratégicas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	10	19,2	19,2
	Eficiente	33	63,5	82,7
	Muy eficiente	9	17,3	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.26



Dimensión 4 (Matrices estratégicas)

Figura 8: Descripción de la Dimensión 4 de la variable 1: Formulación de directrices

Fuente: SPSS Vs.26

De acuerdo a la tabla N° 17 y la figura N° 8, el 19.23% de los empleados encuestados afirman que la empresa ha definido sus matrices estratégicas (como parte de su plan estratégico) de manera deficiente; mientras que la mayor parte, con un 63.46% piensa que fue eficiente y finalmente un 17.31% asegura que se hizo de manera muy eficiente.

Tabla 18: Descripción de la Dimensión 1 de la variable 2: Productividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	7	13,5	13,5
	Media	18	34,6	48,1
	Alta	27	51,9	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.26

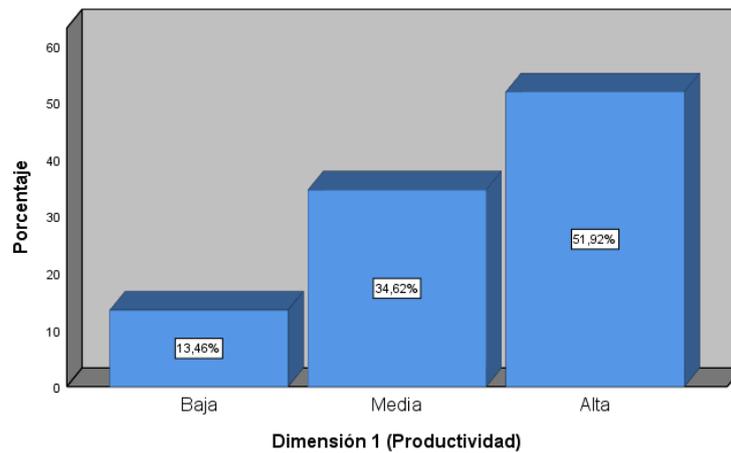


Figura 9: Descripción de la Dimensión 1 de la variable 2: Productividad
Fuente: SPSS Vs.26

De acuerdo a la tabla N° 18 y la figura N° 9, el 13.46% de los empleados encuestados aseguran que la empresa cuenta con una productividad baja, por otro lado un 34.62% piensa que es media y finalmente la mayor parte con un 51.92% asegura que su productividad es alta.

Tabla 19: Descripción de la Dimensión 2 de la variable 2: Eficiencia y eficacia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	10	19,2	19,2
	Media	16	30,8	50,0
	Alta	26	50,0	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.26

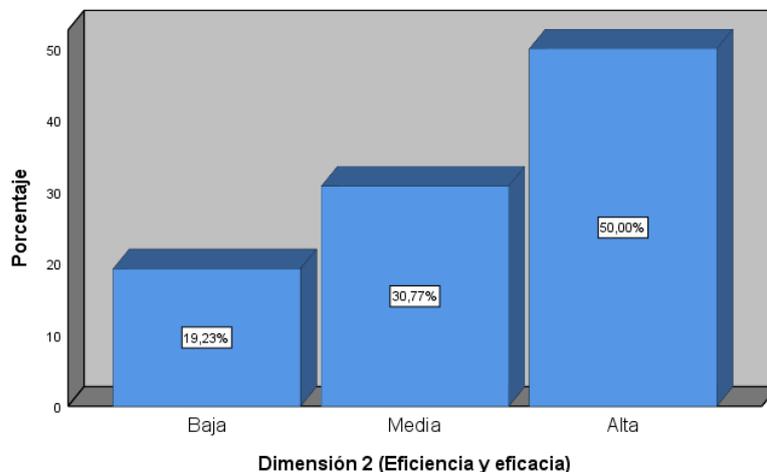


Figura 10: Descripción de la Dimensión 2 de la variable 2: Eficiencia y eficacia
Fuente: SPSS Vs.26

De acuerdo a la tabla N° 19 y la figura N° 10, el 19.23% de los empleados encuestados aseguran que la empresa cuenta con una eficiencia y eficacia baja, por otro lado un 30.77%

piensa que es media y finalmente la mayor parte con un 50% asegura que es alta.

Tabla 20: Descripción de la Dimensión 3 de la variable 2: Satisfacción del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	13	25,0	25,0
	Media	18	34,6	59,6
	Alta	21	40,4	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Fuente: SPSS Vs.26

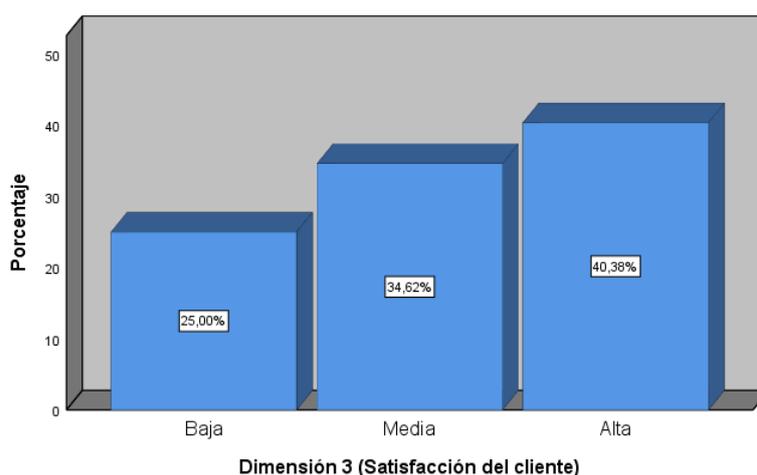


Figura 11: Descripción de la Dimensión 3 de la variable 2: Satisfacción del cliente
Fuente: SPSS Vs.26

De acuerdo a la tabla N° 20 y la figura N° 11, el 25% de los empleados encuestados aseguran que la satisfacción al cliente es baja, por otro lado un 34.62% piensa que es media y finalmente la mayor parte con un 40.38% asegura que la satisfacción del cliente es alta.

Anexo 6
Tablas complementarias

Tabla 21: *Escala de valoración Alfa de Cronbach*

Valor de alfa de Cronbach	Significado
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy Confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1.0	Confiabilidad perfecta

Fuente: Revista Colombiana de Psiquiatría

Tabla 22: *Coefficiente de correlación de Pearson (ρ)*

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

Fuente: Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias (RCCP)

Anexo 7

Carta de presentación para la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

POS
GRADO

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la Salud"

Lima, 27 de junio de 2020
Carta P. 292-2020-EPG-UCV-LN-F05L01/J-INT

Ing.
Síles Robles Chávez
Representante legal
Rey Construcciones Generales S.A.C.

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a usted, para presentar a SALAZAR MÁRQUEZ, HEINER IVÁN; identificado con DNI N° 43066086 y con código de matrícula N° 6700274281; estudiante del programa de MAESTRÍA EN INGENIERÍA CIVIL CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN quien, en el marco de su tesis conducente a la obtención de su grado de MAESTRO, se encuentra desarrollando el trabajo de investigación titulado:

Plan estratégico y competitividad de empresas constructoras medianas, caso de estudio: Rey Construcciones Generales S.A.C, San Martín de Porres 2020

Con fines de investigación académica, solicito a su digna persona otorgar el permiso a nuestro estudiante, a fin de que pueda obtener información, en la institución que usted representa, que le permita desarrollar su trabajo de investigación. Nuestro estudiante investigador SALAZAR MÁRQUEZ, HEINER IVÁN asume el compromiso de alcanzar a su despacho los resultados de este estudio, luego de haber finalizado el mismo con la asesoría de nuestros docentes.

Agradeciendo la gentileza de su atención al presente, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,



Dr. Carlos Vanhuro Orbigosa
Jefe
ESCUELA DE POSGRADO
UCV FILIAL LIMA
CAMPUS LIMA NORTE

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

Anexo 8

Consentimiento Informado

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por Heiner Iván Salazar Márquez, de la Universidad César Vallejo. La meta de este estudio es determinar la relación entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020

Si usted accede a participar voluntariamente en este estudio, se le pedirá completar una encuesta, lo cual tomará aproximadamente 30 minutos de su tiempo. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de los ítems en el cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya se le agradece su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Heiner Iván Salazar Márquez. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es determinar la relación entre el plan estratégico y la competitividad de la empresa constructora Rey Construcciones Generales S.A.C en el distrito de San Martín de Porres en el año 2020

Se me ha indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente 30 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a Heiner Iván Salazar Márquez al teléfono 986277743.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Heiner Iván Salazar Márquez al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante

Firma del Participante

Fecha