



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estrategias competitivas y productividad en la Empresa HT

Ingeniería y Consultoría S.A.C. Lima 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

Licenciada en Administración

AUTORAS:

Pozo Anglas, Carla Karen (orcid.org/0000-0002-2542-7276)

Quispe Caceres, Lady Grace (orcid.org/0000-0002-5749-7519)

ASESORA:

Dra. Calanchez de Bracho, África del Valle (orcid.org/0000-0002-9246-9927)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA — PERÚ

2022

Dedicatoria

A nuestros hijos, por ser nuestra mayor motivación y a nuestras familias por ser nuestros pilares y apoyarnos en todos nuestros propósitos.

Agradecimiento

A Dios por bendecirnos con este logro y a todas las personas que nos apoyaron para hacer realidad una de nuestras metas y por ser parte de este proceso.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen.....	vii
Abstratc	viii
I.INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población, muestra y muestreo	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5. Procedimientos.....	14
3.6. Método de análisis de datos.....	14
3.7. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS.....	16
V. DISCUSIÓN.....	24
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS.....	30
ANEXOS	34

Índice de tablas

Tabla 1: Estrategia competitiva.....	16
Tabla 2: El liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.	17
Tabla 3: La productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.....	18
Tabla 4: Las Competencias básicas, Eficiencia y Eficacia y el Capital Humano en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.	19
Tabla 5: Correlación de las variables Estrategia competitiva y Productividad de la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.....	20
Tabla 6: Correlación de las dimensiones: Liderazgo por costos y competencias básicas	21
Tabla 7: Correlación de las dimensiones: Diferenciación y eficiencia y eficacia ...	22
Tabla 8: Correlación de las dimensiones: Enfoque y capital humano	23

Índice de figuras

Figura 1: Frecuencias y porcentajes de la variable Estrategia competitiva	16
Figura 2: Frecuencias y porcentajes de las Dimensiones: Liderazgo en costos, Diferenciación y Enfoque.....	17
Figura 3: Frecuencias y porcentajes de la variable Productividad.....	18
Figura 4: Frecuencias y porcentajes de las Dimensiones: Competencias básicas, Eficiencia y Eficacia y Capital Humano	19

Resumen

La investigación realizada tiene como propósito establecer la relación entre la estrategia competitiva y la productividad en la empresa HT Ingeniería y Consultoría S.A.C. Lima 2022, su tipo de investigación es aplicada con enfoque cuantitativo. El diseño es correlacional descriptivo transversal no experimental, no hubo alteración de variables. La población y muestra conformada por 80 trabajadores propios la empresa; para el procesamiento de datos se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento para cada variable. Los resultados de la primera variable muestran que el 43.75% manifestó que en la empresa siempre se aplican las estrategias competitivas, de igual forma el 42.55% manifestó que casi siempre se aplican; sin embargo, el 13.75% señala que en ocasiones se han aplicado estrategias competitivas. Los resultados de la segunda variable muestran que el 13.75 % manifestó que siempre hay productividad, así como el 70% señaló que casi siempre se cumplen los estándares y el 16.25% indicó que solo se cumple a veces. Se concluye que existe una relación significativa entre la estrategia competitiva y la productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022; indicando que el valor estadístico de Rho Spearman es igual a 0.510 y moderadamente positivo para la correlación de variables.

Palabras Clave: Estrategia, productividad, competencia, desempeño, gestión.

Abstract

The purpose of the research carried out is to establish the relationship between competitive strategy and productivity in the company HT Ingeniería y Consultoría S.A.C. Lima 2022, its type of research is applied with a quantitative approach. The design is non-experimental cross-sectional descriptive correlational, there was no alteration of variables. The population and sample made up of 80 employees of the company; For data processing, the survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument for each variable. The results of the first variable show that 43.75% stated that competitive strategies are always applied in the company, in the same way 42.55% stated that they are almost always applied; however, 13.75% indicate that sometimes competitive strategies have been applied. The results of the second variable show that 13.75% stated that there is always productivity, as well as 70% indicated that the standards are almost always met and 16.25% indicated that it is only met sometimes. It is concluded that there is a significant relationship between competitive strategy and productivity in the company HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022; indicating that the statistical value of Rho Spearman is equal to 0.510 and moderately positive for the correlation of variables.

Keywords: Strategy, productivity, competition, performance, management.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, toda empresa que compite en una industria debe agregar valor, cuyo objetivo principal es satisfacer o superar las necesidades de los clientes, a través del desarrollo de un proceso eficiente y planificado, donde se ha definido una estrategia en la que los negocios deben ser flexibles para responder y adaptarse a los cambios. En la competencia, así como al mercado; cabe mencionar la importancia de desarrollar estrategias competitivas en la organización para que se adapten a las situaciones futuras del entorno, logrando un efectivo desarrollo empresarial. Con ello se incluyó a las competencias siendo una de las fortalezas más potentes de la sociedad, según Porter (2009), esto implicó a las organizaciones tener valor social, que se estaba convirtiendo en el imperativo de las empresas.

Según la teoría económica, allanamos el camino a la productividad, que es una medida de la eficiencia económica en el uso y combinación de los recursos disponibles. La eficiencia operativa trae mayor rentabilidad en las empresas, su principal objetivo es medir la eficiencia para lograr un desempeño óptimo; por otra parte, es el factor determinante del crecimiento económico. La productividad se mide mediante una métrica de valor, que evalúa el desempeño de las organizaciones y su capacidad para utilizar los recursos disponibles.

A nivel internacional, las empresas avanzan hacia un mundo global, lo que ha permitido la integración, así como alianzas en los mercados mundiales, estableciendo relaciones comerciales y financieras, potenciando los negocios internacionales. Si bien es cierto tras un 2020 marcados por la pandemia mundial al que nos enfrentamos, muchas empresas a nivel internacional se han visto afectadas por este factor, mientras que los mercados asiático y europeo han incidido en el rápido declive de la economía y ha tenido un enorme impacto en el crecimiento económico en el resto del mundo, por lo que muchas empresas han decidido repensar sus estrategias para mejorar la competitividad más allá de las fronteras, así como evaluar la productividad.

A nivel económico de nuestro país, Perú ha sido uno de los países más perjudicados en lo que fue la pandemia, puesto que constituye una de las mayores afectaciones económicas y sanitarias que enfrentó, trayendo consigo una

contracción del PBI en 11.1% luego de 22 años de crecimiento para el año 2021, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI - Dic. 2020), también la pérdida de empleos y la extinción de muchas empresas. Lo anterior mencionado hizo que las empresas se pongan nuevos retos frente a los resultados adversos, desarrollaron nuevas estrategias competitivas, pospandemia, esto permitió impulsar a la recuperación de la economía y lidiar con la incertidumbre.

Adaptando esta necesidad con un cambio de enfoque y mantener la sostenibilidad a largo plazo a nivel estratégico, la problemática prevista en HT Ingeniería y Consultoría, como muchas empresas, se vio afectada por la pandemia; sin embargo, continúan teniendo participación de mercado en el sector de Oil & Gas. Parte del problema, con base en el método empírico, se han identificado las causas del diseño de estrategias competitivas y de productividad; por lo tanto, se determinó qué los procesos estaban dispersos, los proyectos trabajaban aislados, entre otros. Las posibles consecuencias son falta de productividad, desmotivación del personal, reducción del margen de contribución, etc.

Con lo anterior mencionado nos centramos en la formulación del problema, aquí se definió el concepto central del estudio y se formuló la pregunta general ¿Cuál es la relación significativa entre la estrategia competitiva y la productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022?; dentro de los problemas específicos se abordó la relación de las dimensiones ¿Cuál es la relación entre el liderazgo por costos y competencias básicas en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022? ¿Cuál es la relación entre diferenciación y eficiencia y eficacia en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022?, ¿Cuál es la relación entre el enfoque y capital humano en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022?

En tanto, la justificación de la investigación práctica, fue dar un aporte del impacto de forma directa a la problemática de la Estrategia Competitiva y la Productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022, está orientado a brindar criterios para la mejora de sus procesos y agregar valor a los servicios que brinda la empresa, lo que permite potenciar el crecimiento competitivo de la organización mediante el rediseño de estrategias y medidas de indicadores de productividad, creando ventajas competitivas a favor de la compañía; por

conveniencia se indicó la importancia del estudio y posteriormente se reveló la significación y alcance de implementar estrategias y medir la productividad.

Metodológica, al haberse empleado un tipo de investigación aplicada de diseño no experimental correlacional y de nivel cuantitativo; fueron evaluados y respaldados por expertos según el instrumento realizado para que sea utilizado en futuros estudios de investigación. Teórica, se presentó la gran importancia del estudio a través de los estudios teóricos de la estrategia competitiva y la productividad, en las cuales se recopiló la información más importante para los profesionales de nuestra carrera, quienes debido a la coyuntura no tuvieron las herramientas necesarias para analizar los estudios.

Además, se constituye los objetivos de la investigación como deducción lógica del problema, así pues, se determinó como objetivo general la relación significativa que existe entre la estrategia competitiva y productividad; así mismo se determinó la relación significativa entre el liderazgo por costos y competencias básicas en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022, la relación entre diferenciación y eficiencia y eficacia en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022 y la relación entre el enfoque y capital humano en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

Finalmente, se mostró el fin de la investigación dando a conocer los resultados de la hipótesis, en la que se determinó la hipótesis alterna: la estrategia competitiva se relaciona significativamente con la productividad; asimismo, la hipótesis nula: la estrategia competitiva no se relaciona significativamente con la productividad. En cuanto a las hipótesis específicas; primero, el liderazgo por costos se relaciona significativamente con las competencias básicas, segundo la diferenciación se relaciona significativamente con la eficiencia y eficacia; y el enfoque se relaciona significativamente con el capital humano en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Como parte del marco de investigación del componente de conocimiento acumulado y en la búsqueda de esfuerzos investigativos previos, se compiló antecedentes a nivel internacional de artículos científicos en la que se informó

resultados de investigaciones, que abordan las mismas variables a tratar en la investigación.

Entre tanto, el artículo científico de Quero (2008), titulado “Estrategias Competitivas: Factor clave de desarrollo”, el objetivo fue examinar la estrategia competitiva como elemento de crecimiento. Por lo que se tomó el método de pronóstico, que le permitió obtener una ventaja competitiva en otros mercados. Los resultados de la revisión observaron que las organizaciones necesitan establecer o formular una estrategia competitiva como mecanismo de apoyo para identificar nuevas oportunidades. Se extraen las siguientes conclusiones: El adiestramiento gerencial para lograr el desarrollo organizacional debió ser entendido como un componente importante en la evolución.

Entre tanto, el artículo científico de Ahumada, Costa (2018), titulado “Análisis de la Estrategia Competitiva por Medio de las 5 Fuerzas de Porter en la Asociación de Productores Agropecuarios Piuntza Nankais para Exportación y Diversificación de Productos.”, su objetivo fue determinar la estructura de las fuerzas de Porter confiere una ventaja competitiva. Utilizando, el método guiado por el trabajo experimental, con un enfoque descriptivo, como métrica, se aplicaron las encuestas a encargados y 186 clientes. Los resultados de las encuestas fueron procesados, con los porcentajes de las alternativas sugeridas en cada respuesta. Finalmente, las conclusiones de los resultados, así como la hipótesis planteada, ayudaron a la Asociación a reconocer su ventaja competitiva y diferenciar la producción e incrementar los mercados de exportación.

En cuanto al artículo científico de Di Mauro y Syverson (2020), titulado “La crisis del COVID y el crecimiento de la productividad”, cuyo objetivo fue: Enlazar el crecimiento en un futuro de la productividad mediante la validación de contabilidad. En tal sentido, como metodología, sopesó el análisis contable que fija la controversia de la conexión a los instrumentos del peligro en la productividad. Dentro de este marco, los resultados, indicaron la redistribución multisectorial de la actividad económica, en donde, los hoteles, algunos modelos de comercio, etc. observaron pérdidas duraderas. Entonces se concluyó la perspectiva de los anunciantes de políticas, en donde vigilar el Covid-19 en corto tiempo y enseguida pensando en reiniciar la economía de manera vigilada.

En cuanto al artículo científico de Morelos y Nuñez (2017), titulado “Productividad de las compañías de la zona extractiva minera-energética y su incidencia en el desempeño financiero en Colombia”, su objetivo fue: Estimar la productividad en las empresas del rubro demarcación-energética del trabajo que involucra a los indicadores financieros. En tal sentido, como metodología, técnica de distinguir de manera diferente información para detallar el dominio efectivo en comunidades importantes del sector. Los resultados indicaron la conducta descendiente del año 2010 al 2013. Entonces se concluyó factores de ranking con el pronóstico de cambios en la productividad y los indicadores financieros.

En cuanto al artículo científico de Audretsch y Belitski (2020), titulado “El papel de la I+D y la difusión del conocimiento en la innovación y la productividad”, cuyo objetivo fue: indagar el resultado mediato entre I+D, la innovación y la productividad organizacional. En tal sentido, la metodología recopiló información de 9213 organizaciones del Reino Unido, realizando un sondeo de registro anual, de investigación y desarrollo en el periodo 2002–2014. Los resultados enseñaron que la I+D y expansión del entendimiento están enérgicamente relacionadas con la productividad organizacional, que la innovación empresarial. En el que se concluyó el resto dentro, de la I+D y las secuelas indirectas del entendimiento en 03 tácticas de innovación distintas.

Por otra parte, para los antecedentes a nivel nacional se abordaron tesis, en función a las variables que se trataron:

Con respecto a la Tesis de Miguel (2019), titulada “Estrategias competitivas para el desarrollo de la empresa agroexportadora Hortifrut del Distrito de Chao, 2019” orientado a determinar el alcance de las estrategias competitivas para el crecimiento de las compañías agroexportadoras. Se utilizó el método descriptivo No Experimental y temporalidad Transversal, también una muestra de 160 trabajadores y se aplicó un cuestionario. Los resultados conseguidos infieren que la medida en que las estrategias competitivas, se relacionaron con el liderazgo en costos es de manera regular, la segmentación con un 61% y un 33% es el enfoque de la empresa y se concluyó que el nivel de estrategias competitivas, en comparación con el liderazgo en costos es bueno, la diferencia de forma regular y el segmento fue bueno para la empresa.

Con respecto a la Tesis titulada “Toma de decisiones y estrategias competitivas en los salones de belleza de la avenida las flores del distrito S.J.L.`` Lima-2016“, el objetivo fue identificar la relación que existía entre la toma de decisiones y la estrategia competitiva. Utilizando el método de estudio transversal no experimental, en el que se correlaciona el nivel de investigación descriptivo, durante la recolección de datos se consideraron 6 establecimientos comerciales del rubro. Del resultado, si existe relación entre ambas variables, la posición fue comprobada mediante una prueba experimental y de estas conclusiones se comprobó por la prueba estadística Rho de Spearman que arrojó un coeficiente de correlación de 0.295, con una Sig. (Bilateral) de 0,046.

Con respecto a la Tesis de Trujillo (2017) titulada “Estrategia competitiva que reconocen los clientes en la Empresa Nizar S.A.C. de la ciudad de Trujillo 2017”, su objetivo fue definir la estrategia competitiva de los clientes. Se empleó un método de investigación de tipo descriptivo, la información fue recopilada mediante una encuesta de 120 clientes. Los resultados lograron datos descriptivos y que la compañía no usaba estrategia orientada a liderazgo en costos por los precios ofertados, por el contrario, la estrategia de diferenciación recibía más favores de los clientes, se concluyó que la compañía no emplea las estrategias mencionadas anteriormente y que el reconocimiento de los clientes favoreció el excelente servicio.

En cuanto a la tesis de Díaz (2018) titulada “Gestión de conflictos y su relación con la productividad de la empresa Prometal Comas, 2018”, cuyo objetivo fue: Definir la relación entre la gestión de conflictos y la productividad de la compañía Prometal Comas, 2018. En tal sentido, la metodología empleada fue muestra censal, la recopilación de datos se aplicó por medio de la técnica indagación empleando la herramienta de preguntas. Los resultados brindaron una conformidad verdadera por parte del coeficiente de Rho de Spearman (0.486). Se concluyó que estas variables muestran un enlace de conformidad verdadera, la cual da veracidad a las variables consideradas.

En cuanto a la tesis de Paredes (2016) titulada “La motivación y su influencia en la productividad de la empresa Luz Del Sur S.A.A., Lima Metropolitana, 2016”, cuyo objetivo fue: Definir el dominio de la motivación en la productividad dentro la

organización. En tal sentido, la metodología utilizada fue a nivel explicativo causal, mostrando a 92 colaboradores del área Sub gerencia de Proyectos y Obras. Dando como resultados la afirmación de credibilidad con relación a la herramienta aplicada. Se concluyó que la motivación si respalda la productividad en la organización y por ende su importancia se consideró como un logro de objetivo.

En tal sentido, se dieron a conocer las bases teóricas, las que forman parte de las variables. Para iniciar, David (2017), mencionó en su libro “Conceptos de Administración Estratégica” y como parte de la Teoría de Porter, que las estrategias son un camino de lograr los objetivos a largo plazo, asimismo indicaron que algunas de las estrategias comerciales también conocidas como expansión geográfica, diversificación, desarrollo de productos, reducción de presupuestos y otras estrategias de negocio, también mencionan que las estrategias son posibles tomas de acción que necesitaron de las decisiones de la alta gerencia, además de la medida de recursos del negocio, las estrategias también afectan el bienestar a largo plazo de las organizaciones, es por ello que fueron orientados al futuro. Las estrategias también requieren una consideración de ambos factores internos y externos a los que afrontó la empresa.

Mientras que Porter (2020), a través de su libro Estrategia Competitiva, hizo darnos cuenta de que formular la estrategia competitiva implica relacionar a una compañía con su entorno, aunque este sea muy amplio e incluya fuerzas sociales y económicas. Su aspecto principal fueron las industrias en las que disputa una compañía, de acuerdo con la estructura de las industrias, estas ayudan a definir las competencias del campo de juego y también las estrategias.

En concordancia, dieron paso a las fuerzas competitivas como gran importancia, dado que suelen repercutir a todas las empresas ligadas al sector industrial y sus destrezas sean los que definan el éxito y fiasco de las mismas, estas son las que determinan la rentabilidad de una industria mediante el liderazgo en costo y otras estrategias genéricas; el objetivo de una estrategia competitiva fue identificar una mejor postura en el sector industrial para su mejor defensa o influir en ellas para sacarles el mejor provecho.

En lo que se refiere a lo anterior mencionado, en cuanto al análisis estructural, dimos apertura a las dimensiones, haciendo hincapié a la primera variable:

Según mencionó Hitt et al. (2015), en su libro *Administración Estratégica, Competitividad y Globalización: Conceptos y Casos*, el liderazgo en costos se infiere como el conjunto de acciones combinadas que desarrolla una empresa para obtener bienes y servicios, a un costo menor que los competidores. Las organizaciones que adoptaron una estrategia de liderazgo en costos a menudo proporcionan bienes y servicios estandarizados con una competencia distinta y crean valor para los clientes. En los últimos años, las organizaciones han desarrollado estrategias para encontrar proveedores de bajo costo y, por lo tanto, pudieron subcontratar diferentes funciones para mantener aún más los costos muy bajos.

Dentro del marco, los aspectos que favorecieron una condición dentro de los costos bajos originaron barreras firmes a partir de la entrada de las economías de escala, estas permitieron mantener costos bajos y al mismo tiempo ofrecieron servicios diferenciados a los clientes, con el objetivo de satisfacer sus necesidades. Asimismo, es importante enfatizar que las organizaciones operaban en un entorno muy cambiante y altamente competitivo, es por ello la importancia del control de costos la misma que permitió identificar los gastos y poder reducirlo para incrementar la rentabilidad de las organizaciones, supervisando así la planificación y avance de los proyectos. Por otro lado, otro factor importante dentro de las organizaciones son los proveedores, como un socio estratégico clave para el proceso comercial, llevándolo a cabo en la actividad económica.

Para la segunda dimensión, Hitt, et al. (2015), se definió la diferenciación a una totalidad de procedimientos integrados desarrollados en una organización orientada a adquirir bienes y servicios, a un costo admisible, en las que los clientes se benefician de distintas formas, lo que hace que les agregue importancia. Los productos y servicios diferenciados están dirigidos a clientes donde el valor creado y entregado arraiga en la diferencia que existe entre lo que ofrece la empresa y lo que ofrece su competencia, debido a ello las organizaciones debieron ser capaces de crear productos diferenciados a un costo competitivo para reducir el precio sobre lo que los clientes tuvieron que pagar.

Así pues, toda empresa debió desarrollar una estrategia evaluando la oportunidad y agregando valor, es así cómo se dió paso al branding y cómo ofreció beneficios, incrementando la efectividad en las acciones de marketing, habiendo brindado un servicio de satisfacción a los clientes finales; cabe mencionar que las empresas generaron una propuesta de valor y es lo que ofrecieron al sector en el que se orientaron a participar; sumando a ello se incluyó la calidad la misma que se vinculó con el valor y lo motivó a elegir un producto o servicio por el beneficio que este le otorga llegando a su objetivo final qué es preceder la satisfacción del cliente.

En cuanto a la tercera dimensión de la primera variable, Hitt, et al. (2015), se definió las estrategias enfocadas a una meta como un conjunto de acciones que realizaron la organización para producir un bien o servicio satisfaciendo las necesidades de un segmento en particular dentro de un marco competitivo, es por eso que las empresas utilizaron estrategias direccionales de destino cuando utilizaron sus competencias básicas para satisfacer las necesidades de un segmento en particular excluyendo a otros; es decir, todas dirigidas a explotar la distinción de un enfoque limitado del resto de la industria, las organizaciones que adoptaron esta estrategia buscaron cubrir un segmento particular de manera más efectiva que las organizaciones competidoras.

Las organizaciones crearon y añadieron valor para los clientes de diferentes segmentos de mercado específicos y singulares. Adoptaron una estrategia de diferenciación frente a los competidores, quienes integraron recursos tales como habilidades, actitudes, etc. Incluyeron ofertas rivales, reales y potenciales. Debieron determinar a qué segmentos del mercado pueden servir, de manera efectiva, la comprensión profunda del comportamiento del consumidor. La segmentación solía ser la clave para una estrategia de marketing exitosa, el posicionamiento fue fundamental para competir, establecer y comunicar a cada segmento meta los beneficios para adecuar la oferta de mercado, determinaron el punto de referencia identificando el mercado objetivo y la competencia.

Asimismo, se definió la segunda variable. Donde, Gutiérrez (2014) detalló en su texto Calidad y Productividad que la productividad se refiere al rendimiento logrado dentro de una práctica. Con ello, se pudo calcular el rendimiento obtenido y la técnica aplicada, teniendo en consideración que el rendimiento se puede calcular

con cifras fabricadas, partes despachadas y beneficios logrados. Mientras tanto, la técnica aplicada se puede cuantificar por el valor de los empleados, tiempo total invertido, etc. Teniendo dos elementos: eficiencia y eficacia. Que básicamente es el logro obtenido con la técnica empleada utilizando el menor de los recursos. Para la medición de productividad debieron estimar la manera correcta de la técnica empleada con el alcance de objetivos dentro de la empresa.

En tal sentido, Dessler (2015) en el texto Administración de Recursos Humanos explicó que la mejor manera de generar una buena productividad es revisando la base de datos que genera el área de Gestión Humana, de la información de sus candidatos y/o de los empleados de la empresa. Ya que, contratar a un nuevo personal genera un gasto para la empresa, el cual no solo es monetario, sino de inversión de tiempo en la capacitación, con la comprobación del banco de datos se ayudará a tomar mejores decisiones. Por lo que, se evitaron las renunciaciones y se logró fidelizar a los empleados.

Con ello, se determinó las siguientes dimensiones: Como primera dimensión tenemos Competencias Básicas, Chiavenato (2011) en su texto Administración de Recursos Humanos, en donde consideró que la habilidad que tiene cada persona es fundamental para desarrollarse de la mejor manera en sus funciones, para identificar la labor que realizada. Por ello, se debió invertir en capacitación para contar con empleados con herramientas para el correcto desarrollo de sus funciones, perfiles profesionales para identificar y colocar a las personas en los puestos correctos, comunicación y colaboración, la cual debió ser constante, al igual que, el desarrollo de liderazgo que permitió guiar al equipo sin necesidad de imponer para alcanzar los objetivos de la compañía.

Se continuó con Eficiencia y Eficacia, Chiavenato, (2012) en su texto Introducción a la teoría general de la administración, indicó que la eficacia es la providencia del logro de resultados y la eficiencia, la correcta utilización de los recursos. Precisando que los medios invertidos en una organización son para saber complacer una necesidad mediante los bienes o servicios que se brindaron, mientras la eficacia es lo que resulta de todo lo empleado para la elaboración de bienes o servicios. Logrando el esfuerzo y resultado con el gasto y el ingreso, costo y beneficio, sin

necesidad de trabajar juntos, sin embargo, la meta final de toda organización es ser eficiente y eficaz para lograr la excelencia.

Es por esta razón, que la tercera dimensión es el Capital Humano, con Chiavenato (2011) siendo el cimiento fundamental en toda organización y en él se debió considerar los talentos y competencias que generaron valor agregado, para ser competitivos. Adicional a ello, se consideró la toma de decisiones que fue vital para definir las acciones y recursos, que permitieron producir lo estimado de manera rápida, considerando el esfuerzo que realiza el empleado. Es así cómo pudieron desarrollar las habilidades para aprovecharlas con la finalidad de potenciarlas.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: La investigación en curso fue de tipo aplicada, debido a que se llevó a cabo la recolección de datos en un contexto determinado para las respuestas a problemas planteados. La misma se fundamentó, según Arias y Covinos (2021) indicando, que es aplicada porque resuelve los inconvenientes prácticos basados en el reconocimiento de una solución en el objetivo del estudio.

En tal sentido, el enfoque cuantitativo, según Tamayo (2007) indicó que esta metodología fue aplicada a nuestra investigación por el contraste de las teorías ya validadas que surgieron a partir de una sucesión de hipótesis, con la importancia de obtener una muestra y posteriormente probarlas.

Diseño de investigación:

Diseño no experimental: Transversal descriptivo correlacional. No Experimental porque no hubo alteración de las variables, así lo fundamenta, Arias y Covinos (2021) al indicar que no se modifica ni altera las variables. Transversal, al ser un tipo de diseño que se realizó en un solo tiempo, una sola vez. Correlacional, indicando que este tipo de estudio es saber el comportamiento de la variable con la otra correlacionada. Considerándose como hipótesis y no como dependientes o independientes.

3.2. Variables y operacionalización

Al ser una investigación de tipo correlacional, se determinaron dos variables: independiente a estrategia competitiva y productividad como dependiente, de las que se vio sus estudios y definiciones de manera clara y concisa, además de sus dimensiones e indicadores con sus mediciones.

Variable Estrategia Competitiva:

Porter (2020) da a conocer que la estrategia competitiva consistió en vincular a una compañía con su entorno, incluso si el panorama involucrado es muy extenso e incluye fuerzas sociales y económicas; su materia principal son las industrias en las que una empresa compitió, estas contribuyen a definir las reglas de competencias, también de las estrategias y sus capacidades serán los que definieron el éxito o fracaso, estas fueron las que determinan la rentabilidad de una industria mediante el liderazgo en costo; el objetivo de la estrategia competitiva fue encontrar una postura en la industria donde pudieron defenderse mejor o influyendo para su mayor efectividad.

Definición operacional: La variable estrategia competitiva se midió con las siguientes dimensiones: Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque, a través de un cuestionario en escala de Likert.

Indicadores: Se consideraron 10 indicadores entre las tres dimensiones, las cuales fueron: Economía de escala, Control de costos, Proveedores, Branding, Servicio, Propuesta Valor, Calidad, Competidores, Segmento y Posicionamiento.

Escala de medición: Ordinal.

Variable Productividad:

Donde, Gutiérrez (2014) detalló en su texto Calidad y Productividad que la productividad refirió al rendimiento logrado dentro de una práctica. Con ello, se pudo calcular el rendimiento obtenido y la técnica aplicada, teniendo en consideración que el rendimiento se puede calcular con cifras fabricadas, partes despachadas y beneficios logrados. Mientras tanto, la técnica aplicada se puede cuantificar por el valor de los empleados, tiempo total invertido, etc. Considerando dos componentes: eficiencia y eficacia. Que básicamente es el logro obtenido con

la técnica empleada utilizando el menor de los recursos. Para la medición de productividad se debió estimar la manera correcta de la técnica empleada con el alcanzar los objetivos dentro de una organización.

Definición operacional: La variable productividad se midió con las siguientes dimensiones: Competencias Básicas, Eficiencia y Eficacia y Capital Humano, a través de un cuestionario en escala de Likert.

Indicadores: Se consideró 10 indicadores entre las tres dimensiones, las cuales fueron: Capacitación, Perfiles Profesionales, Comunicación y colaboración, Desarrollo de Liderazgo, Logro de resultados, Utilización de los recursos, Costo y beneficio, Talentos y Competencias, Toma de Decisiones y Acciones y recursos.

Escala de medición: Ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

En lo que refirió a nuestra población, son elementos con peculiaridad comunes las que fueron ampliadas las conclusiones de la investigación. En relación con lo expuesto, según Malhotra (2004), la recolección de elementos tuvo la información solicitada por el investigador y de la que se realizaron las deducciones es referida a la población.

Para el caso de la indagación, se conformó la población por los colaboradores de la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C., quienes están constituidas por 80 colaboradores y para la representación de estos elementos la muestra fue seleccionada para llevar a cabo el trabajo de investigación, indicando que esta es la parte figurativa de la población.

- **Criterios de inclusión:** Todo el personal que se encontró en planilla.
- **Criterios de exclusión:** Colaboradores de vacaciones o con descanso médico.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la investigación se utilizó como técnica: Encuesta, y el instrumento: Cuestionario. En tal sentido, Arias (2020) mencionó que la técnica es un mecanismo que se emplea como soporte para la finalidad del estudio, además, explicó que el cuestionario es una herramienta que se puede aplicar de dos formas: virtuales y

físicas, debido a la pandemia que se atravesó y la Covid 19, junto al avance la tecnología se emplea de forma virtual para que la participación sea dinámica. Será aplicada a todos los empleados de la organización empleando la metodología de Kolmogorov o Smirnov y la veracidad del instrumento fue revisada por tres expertos, quienes respaldaron que los cuestionarios van de la mano con los objetivos de la investigación, aplicando la escala de Likert.

3.5. Procedimientos

Se realizó, en primer punto, la presentación de la solicitud de autorización al Gerente General de la organización, quien brindó las facilidades del caso para realizar la ejecución del instrumento. Como segundo punto, se procedió a informar de manera presencial a los 80 colaboradores del cuestionario que debieron efectuar, indicándose cuán importante era que sus respuestas sean lo más veraz posible. En el tercer punto, se envió por medio de WhatsApp la encuesta que se elaboró por medio del Google Forms detallando el cuestionario según las preguntas establecidas por los indicadores.

Para terminar, se estableció el plazo y el horario en que debieron proceder a efectuar el cuestionario. Se estimó que el tiempo para responder las preguntas era de 20 minutos y se programó un día para que en dicho espacio el personal se dedique exclusivamente a efectuar la encuesta. Luego de ello, se recopiló toda la base de datos para hacer el estudio que corresponde.

3.6. Método de análisis de datos

Duarte y Parra (2014), dentro de este marco, informan que se pueden emplear fases, Fase III, en la cual se ejecutó el estudio empleado con la explicación como respaldo de la investigación, donde se aplicó un método de las herramientas para obtener el resultado el cual permitió dar las conclusiones y recomendaciones.

Con ello, se empleó el método descriptivo donde se analizó la asignación de frecuencia y el cálculo fueron aplicados en gráficos estadísticos. Método inferencial donde se analizó con prueba de la normalidad de Kolmogórov-Smirnov para la aplicación de la distribución de datos y el empleo de pruebas paramétricas o no paramétricas según los resultados.

Se ordenaron los datos recopilados en el programa Excel 2010 y en referencia al método descriptivo inferencial se aplicó el programa SPSS 25.

3.7. Aspectos éticos

La calidad ética de la investigación, se aplicó principios éticos como las Normas APA (Asociación Americana de Psicología) utilizando un adecuado uso de aspectos formales de lengua como la correcta demostración de tablas y figuras, adecuada elección de textos científicos para referencias. Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (2017) según Resolución de Consejo Universitario N° 0126-2017/UCV, en la cual, mencionó los principios éticos: autonomía y justicia que debió tener el autor o autores con carácter moral sancionando el plagio según el Art. 16 donde detalló los derechos del autor.

IV. RESULTADOS

4.1 Estadística descriptiva

Tabla 1

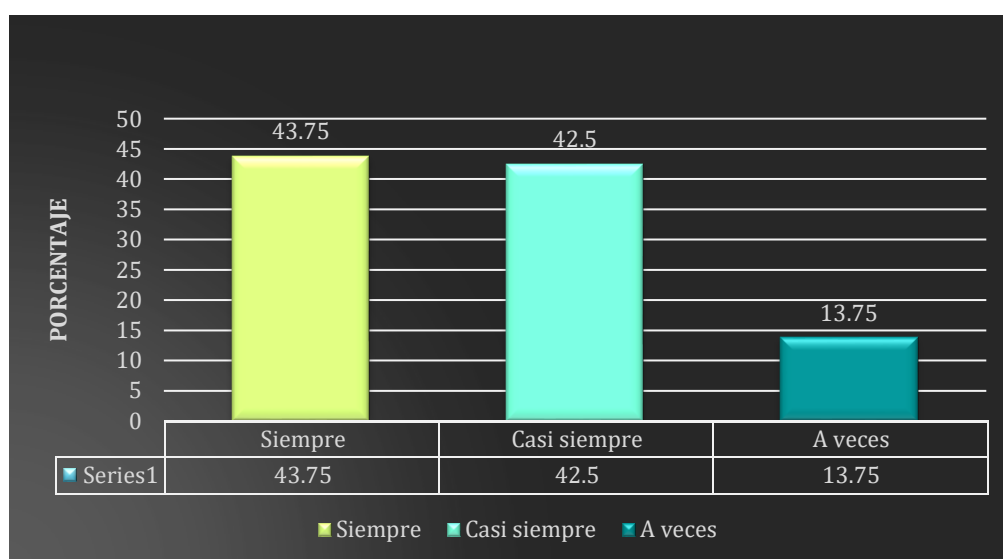
Estrategia competitiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	35	43,8	43,8	43,8
	Casi siempre	34	42,5	42,5	86,3
	A veces	11	13,8	13,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS

Figura 1

Frecuencias y porcentajes de la variable Estrategia competitiva



Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS

Interpretación:

Como se señala en la Tabla 1 y la Figura 1, el 43.75% de los encuestados cree que HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. siempre se aplican estrategias competitivas en la empresa. De igual forma, el 42.55% indicó que Casi siempre se aplican estas estrategias. Sin embargo, el 13.75% indicó que a veces se aplicaban estas estrategias competitivas.

Tabla 2

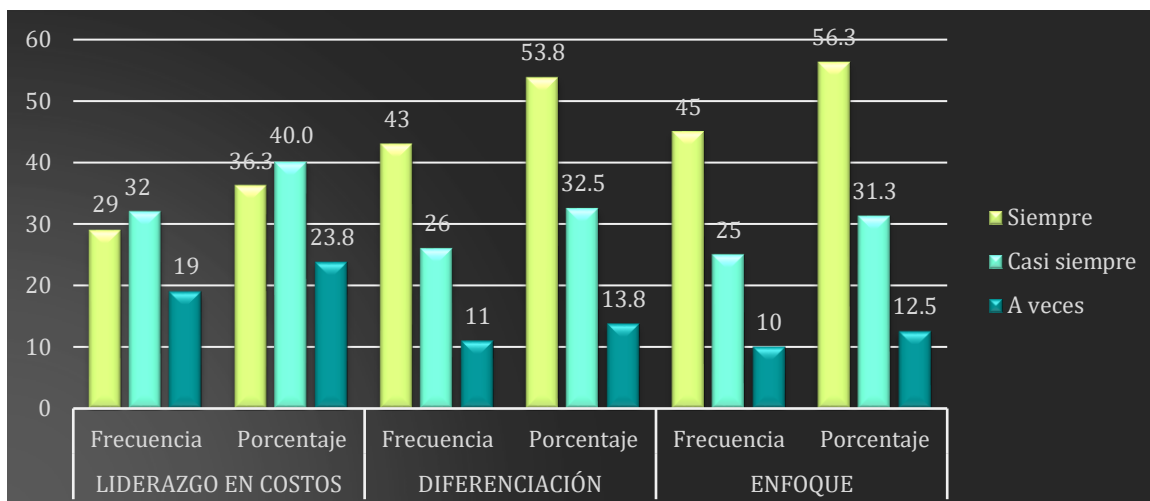
El liderazgo en costos, la diferenciación y el enfoque en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.

Dimensiones	LIDERAZGO EN COSTOS		DIFERENCIACIÓN		ENFOQUE	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	29	36.3	43	53.8	45	56.3
Casi siempre	32	40.0	26	32.5	25	31.3
A veces	19	23.8	11	13.8	10	12.5
Total	80	100.0	80	100.0	80	100.0

Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS.

Figura 2

Frecuencias y porcentajes de las Dimensiones: Liderazgo en costos, Diferenciación y Enfoque.



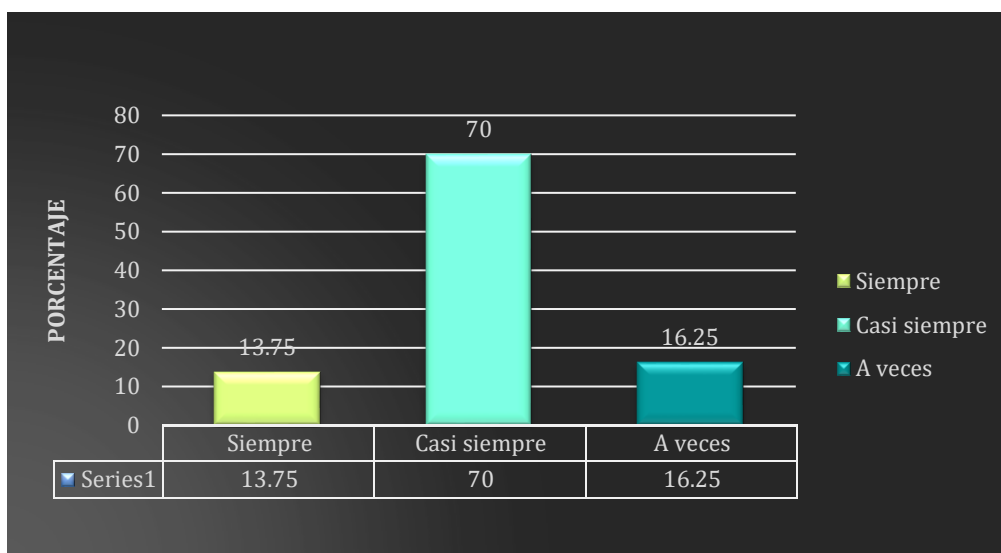
Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS.

Interpretación:

Para la Tabla 3 y la Figura 3 se mostró que el Liderazgo en Costos en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Casi siempre se da, según la apreciación del 40% de los trabajadores, siendo que un 36.3% señalaron que es una situación que Siempre sucede, sin embargo, el 23.8% indicó que este liderazgo sucede A veces. Asimismo, el 53,8% indicaron que la Diferenciación de la marca Siempre sucede o Casi Siempre, según el 32.5% que así lo señalaron, aunque el 13.8% dijeron que solo A veces ocurre. Sobre el Enfoque, el 56.3% manifestaron que la empresa Siempre se enfocó estratégicamente, un 31.3% dijo que Casi siempre lo hace y, por otro lado, un 12.5% señala que A veces.

Tabla 3*La productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	11	13,8	13,8	13,8
	Casi siempre	56	70,0	70,0	83,8
	A veces	13	16,3	16,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS**Figura 3***Frecuencias y porcentajes de la variable Productividad**Nota.* Gráfico como resultado del procesamiento SPSS**Interpretación:**

Como se muestra en la Tabla 2 y la Figura 2 que el 70% de los encuestados dijo que los estándares de productividad casi siempre se cumplieron en HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. De igual forma, el 13.75% percibió que siempre hay una buena productividad. Sin embargo, 13 trabajadores que representa el 16.25% señalaron que esta situación se cumple solo A veces.

Tabla 4

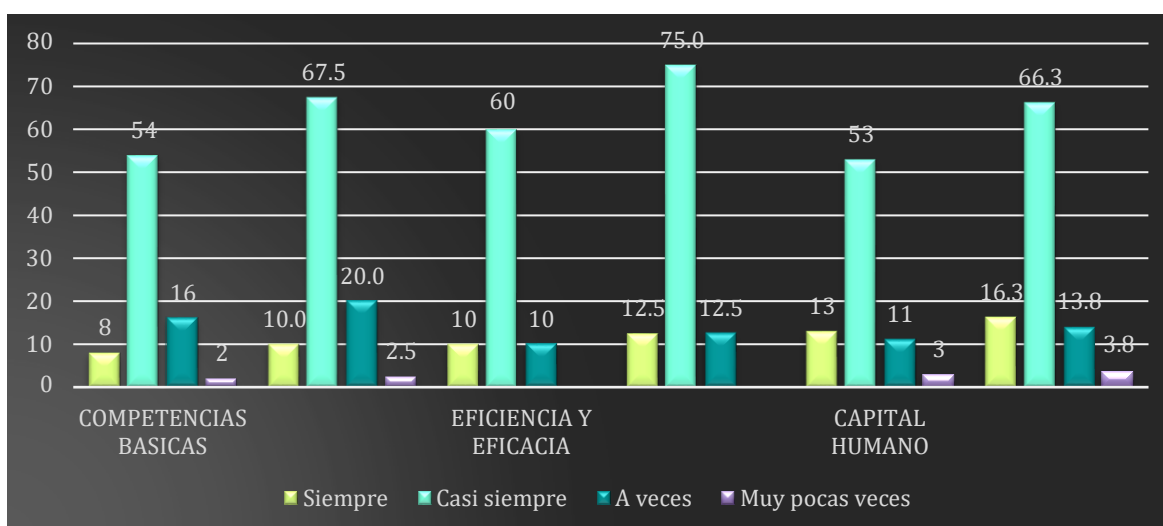
Las Competencias básicas, Eficiencia y Eficacia y el Capital Humano en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.

Dimensiones	COMPETENCIAS BÁSICAS		EFICIENCIA Y EFICACIA		CAPITAL HUMANO	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	10.0	10	12.5	13	16.3
Casi siempre	54	67.5	60	75.0	53	66.3
A veces	16	20.0	10	12.5	11	13.8
Muy pocas veces	2	2.5			3	3.8
Total	80	100.0	80	100.0	80	100.0

Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS

Figura 4

Frecuencias y porcentajes de las Dimensiones: Competencias básicas, Eficiencia y Eficacia y Capital Humano.



Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS

Interpretación:

Para la Tabla 4 y la Figura 4 se observó que las Competencias Básicas de los trabajadores en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Casi siempre se tienen según el 67.5% que así lo manifestaron y tan solo un 2.5% percibió que los trabajadores Muy pocas veces son competentes. Asimismo, el 75% de estos indicaron que Casi siempre se cumple Eficiencia y Eficacia dentro de la empresa, aunque el 12.5% percibió que A veces si se cumple. También, el 66.3% manifestaron que la empresa Casi siempre se preocupa por el Capital Humano y apenas un 3.8% señala que Muy pocas veces lo hace.

4.2 Estadística Inferencial

Para la estimación de la inferencia se aplicó el estadístico de correlación de Rho de Spearman. Las supuestas exigencias para utilizar esta estadística se hallan en la prueba de normalidad (Anexo 4).

Prueba de hipótesis: Hipótesis general

H₀: No existe relación significativa entre la estrategia competitiva y productividad de la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

H₁: Existe relación significativa entre la estrategia competitiva y productividad de la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

Tabla 5

Correlación de las variables Estrategia competitiva y Productividad de la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.

			Estrategia Competitiva	Productividad
Rho de Spearman	Estrategia Competitiva	Coeficiente de correlación	1,000	,510**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Productividad	Coeficiente de correlación	,510**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS

Interpretación:

En la Tabla 5, se puede ver el valor del estadístico, rho de Spearman de 0.510, que es un valor moderadamente positivo para la correlación, y se observó la significancia de $p=0.000$, que es menor a 0.01 relación muy significativa, razón para rechazar la hipótesis nula aceptando la hipótesis alternativa: Existe una relación significativa entre la estrategia competitiva y la productividad de la empresa HT Ingeniería y Consultoría S.A.C.

Hipótesis específica 1.

H₀: No existe una relación significativa entre el liderazgo por costos y competencias básicas en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

H₁: Existe una relación significativa entre el liderazgo por costos y competencias básicas en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

Tabla 6

Correlación de las dimensiones: Liderazgo por costos y competencias básicas

			Liderazgo en Costos	Competencias Básicas
Rho de Spearman	Liderazgo en Costos	Coeficiente de correlación	1,000	,491**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Competencias Básicas	Coeficiente de correlación	,491**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS

Interpretación:

Podemos ver en la tabla 6 el valor del estadístico, rho de Spearman de 0.491 que es un valor moderadamente positivo para la correlación, también se observa la significancia de $p=0.000$ que es menor a 0.01, por lo que podemos reconocer que este caso la relación es muy significativa. La razón para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa: En HT Ingeniería y Consultoría S.A.C. Existe una relación significativa entre el liderazgo en costos y las competencias básicas.

Hipótesis específica 2.

H₀: No existe una relación significativa entre diferenciación y eficiencia y eficacia en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

H₁: Existe una relación significativa entre diferenciación y eficiencia y eficacia en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

Tabla 7:

Correlación de las dimensiones: Diferenciación y eficiencia y eficacia

			Diferenciación	Eficiencia y Eficacia
Rho de Spearman	Diferenciación	Coeficiente de correlación	1,000	,358**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	80	80
	Eficiencia y Eficacia	Coeficiente de correlación	,358**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	80	80

Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS

Interpretación:

En la Tabla 7, se determinó que la estadística Rho Spearman era 0,358, que es para una correlación positiva baja. Sin embargo, la significación del valor p es igual a 0,001, que es menor que la probabilidad de 0,01, por lo que podemos reconocer que esta relación es muy significativa. La razón para rechazar la hipótesis nula aceptando la hipótesis alternativa: En HT Ingeniería y Consultoría S.A.C. Existe una relación importante entre la diferenciación y la eficiencia y la eficacia. Lima 2022.

Hipótesis específica 3.

H₀: No existe una relación significativa entre el enfoque y capital humano en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

H₁: Existe una relación significativa entre el enfoque y capital humano en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.

Tabla 8

Correlación de las dimensiones: Enfoque y capital humano.

			Enfoque	Capital Humano
Rho de Spearman	Enfoque	Coefficiente de correlación	1,000	,417**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	Capital Humano	Coefficiente de correlación	,417**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Nota. Gráfico como resultado del procesamiento SPSS

Interpretación:

En la Tabla 8, el estadístico, Rho Spearman tiene un valor de 0,417, que es un valor moderadamente positivo para la correlación, pero el valor p es igual a 0,000, que es menor que la probabilidad de 0,01, por lo que podemos admitir. Esta es una relación muy significativa. La razón para rechazar la hipótesis nula aceptando la hipótesis alternativa: En HT Ingeniería y Consultoría S.A.C. Lima 2022, existe una relación significativa entre el enfoque y el capital humano.

V. DISCUSIÓN

En concordancia a la investigación, para esta sección se dará a conocer las relaciones entre los resultados obtenidos como parte de la investigación teórica, sumado a ello el estado de la cuestión y las investigaciones empíricas que se han venido realizando; de acuerdo a estos hallazgos se podrán generar las discusiones y con ello la apertura de un tipo de nuevo conocimiento representativo en función a la investigación.

En contrastación de acuerdo a la investigación en cuestión, se procedió a verificar los análisis de la prueba de normalidad, estos hallazgos alcanzaron el objetivo de verificar la distribución de los datos recolectados frente a una procedencia de distribución normal; para el caso se aceptó la hipótesis alterna donde se planteó que los datos no tienen distribución normal, para el método inferencial se analizó con prueba de la normalidad de Kolmogórov-Smirnov y para la aplicación de la distribución de datos y el empleo de pruebas no paramétricas según los resultados, por lo que por lo que usaremos el estadístico de Rho de Spearman.

Para apertura a los objetivos de la investigación presentados en la parte introductoria del primer capítulo, se presentan los resultados mediante tablas y figuras que describen los resultados obtenidos: Teniendo como objetivo principal el hallazgo de una relación altamente significativa entre estrategia competitiva y productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022, los resultados muestran que para la primera variable que el 43.75% de los encuestados manifestó que en la empresa siempre se aplican las estrategias competitivas, de igual forma el 42.55% manifestó que casi siempre se aplican estas estrategias; sin embargo, el 13.75% señala que en ocasiones se han aplicado estas estrategias competitivas.

Los resultados para nuestra segunda variable, según la aplicación del estadístico, Rho Spearman, el 13.75 % manifestó que siempre hay buena productividad, esto manifiesta un indicador bajo, por lo que se tiene mejorar de manera gradual; de igual forma el 70% señaló que casi siempre se cumplen los estándares de productividad y el 16.25% indicó que solo se cumple a veces. Según el estadístico de Rho de spearman se obtuvo un valor de 0,510, teniendo un valor positivo

moderadamente para la correlación, en adición se obtuvo una significancia p-valor igual a 0,000 que viene siendo menor a la probabilidad de 0,01, motivo por el cual se admitió que es una relación muy significativa.

Este resultado se ajusta con Quero (2008) donde indica que los resultados obtenidos ayuda a formular estrategias competitivas, por lo que se tomó el método de pronóstico, que le permitió obtener una ventaja competitiva en otros mercados y los resultados del hallazgo de la revisión observaron que las organizaciones necesitan establecer o formular una estrategia competitiva como mecanismo de apoyo para identificar nuevas oportunidades y como herramienta de apoyo bueno para focalizar nuevas oportunidades que deberían permanecer en mercados a largo plazo, asimismo, el resultado coincide con Ahmad Syarnubi (2018) en donde mencionaron que la productividad se considera como parte del logro de objetivos dentro de una organización.

Para las dimensiones, se mostró que el Liderazgo en Costos casi siempre se da, de acuerdo al 40% de los trabajadores, un 36.3% señalaron que es una situación que Siempre sucede, sin embargo, el 23.8% indicó que este liderazgo sucede A veces. Asimismo, el 53,8% indicaron que la Diferenciación de la marca Siempre sucede o Casi Siempre, según el 32.5% que así lo señalaron, aunque el 13.8% dijeron que solo A veces ocurre. Sobre el Enfoque, el 56.3% manifestaron que la empresa Siempre se enfocó estratégicamente, un 31.3% dijo que Casi siempre lo hace y, por otro lado, un 12.5% señala que A veces.

En el segundo grupo de dimensiones se observó que las Competencias Básicas de los trabajadores casi siempre se tienen, según el 67.5% que así lo manifestaron y tan solo un 2.5% percibió que los trabajadores muy pocas veces son competentes. Asimismo, el 75% de estos indicaron que casi siempre se cumple Eficiencia y Eficacia dentro de la empresa, aunque el 12.5% percibió que A veces si se cumple. También, el 66.3% manifestaron que la empresa Casi siempre se preocupa por el Capital Humano y apenas un 3.8% señala que Muy pocas veces lo hace.

En cuanto al artículo científico de Di Mauro y Syverson (2020), titulado “La crisis del COVID y el crecimiento de la productividad”, enlazó el crecimiento en un futuro de la productividad mediante la validación de contabilidad, como metodología, sopesó

el análisis contable que fija la controversia de la conexión a los instrumentos del peligro en la productividad lo cual no permite identificar que la productividad genera inversión y este debe ser medido por el área de finanzas para revisar los ingresos y egresos que se genera mensualmente dentro del área.

Se abordó como primer objetivo específico según el resultado Rho de spearman de 0,491 que es un valor moderadamente positivo para la correlación, en adición se obtuvo una significancia p-valor igual a 0,000 que viene a ser menor que 0,01 por lo que se puede admitir que es una relación altamente significativa entre el liderazgo por costos y competencias básicas. En tanto, Naevdal (2022) indicó que es necesario tener un conocimiento básico de los costos de stock para reducir y/o aumentar la productividad.

Asimismo, la Prensa de la Universidad de Chicago (2019) también coincidió mencionando que el estudio superior es una decisión importante y con ello se complementa fortalecer los conocimientos básicos para una toma de decisión en cuanto a productividad se trata al tener fines de lucro. Adicionalmente, David (2017) coincide mencionando que las economías de escala, estas, permitieron mantener costos bajos y al mismo tiempo ofrecieron servicios diferenciados a los clientes, con el objetivo de satisfacer sus necesidades.

Como segundo objetivo específico se pudo definir según el resultado de Rho spearman de, 0358, siendo un valor positivo bajo para la correlación, sin embargo, el p-valor de significancia es igual a 0,001 que es menor a la probabilidad de 0,01 por lo que se puede admitir que es una relación altamente significativa entre diferenciación y eficiencia y eficacia. En donde Hassan (2022) coincidió indicando que la eficiencia aporta a generar una mayor productividad, por otro lado, Rohmawati y Ulfah (2018) confirmaron en su estudio que la productividad aporta en generar crecimiento.

El último objetivo específico se pudo definir según el resultado de Rho spearman de 0,417, siendo un valor positivo moderado para la correlación, sin embargo, el p-valor de significancia es igual a 0,000 que es menor a la probabilidad de 0,01 por lo que se puede admitir que es una relación altamente significativa entre enfoque y capital humano. Aquí se comparó con el estudio de Wicaksono (2021) quienes

indicaron que el estado de ánimo de los empleados puede mejorar o reducir la productividad, considerando la situación vivida por el Covid 19 en cualquier rubro, en tanto, la Revista de lenguaje infantil nos indicó que no solo esto se genera en personas adultas ni del mismo género.

El capital humano es una herramienta importante y valiosa en la productividad. Cabe mencionar, Hitt (2015) coincide en indicar que el enfoque como marco competitivo, las empresas utilizaron estrategias direccionales cuando utilizaron sus competencias básicas para satisfacer las necesidades de un segmento en particular, como parte del modelo de negocio está diseñado para reducir el coste de la producción en masa, la estrategia es aumentar el beneficio de explotación de la empresa y al mejorar el rendimiento empresarial, también incrementa las ventajas sobre los competidores.

Tenemos a Paredes (2016) con la tesis titulada “La motivación y su influencia en la productividad de la empresa Luz Del Sur S.A.A., Lima Metropolitana, 2016”, cuyo objetivo fue: Definir el dominio de la motivación en la productividad dentro la organización y se concluyó que la motivación si respalda la productividad. Con ello, observamos que la productividad tiene una relevancia significativa dentro de una organización con relación a la salud mental del capital humano que maneja. Esto generará que los colaboradores se sientan motivados y generen valor y por ende el logro de objetivos como lo indica el estudio realizado.

VI. CONCLUSIONES

1. En la tesis las variables tuvieron una correlación clave significativa, demostrando que los colaboradores de la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022 tuvieron conocimiento de ello, con este resultado se rechazó la hipótesis nula. Los datos de Rho de Spearman fueron 0,510, siendo un valor positivo moderado para la correlación, además se obtuvo una significancia p-valor = 0,000 que es menor a 0,01 por lo que se admitió que es una relación altamente significativa. El trabajador identificó que la empresa considera ambas variables como factores importantes para el logro de objetivos y el rediseño o mejora de estos logrará la excelencia de la empresa.
2. En términos de liderazgo en costos y competencias básicas, se mostró que es vista como una corporación para el crecimiento de la empresa, diferenciándose a un costo menor que sus competidores, ya que tendrá servicios estandarizados en una competencia diferente y aportará más valor a sus clientes finales; cabe señalar que la competencia básica destaca su importancia para las habilidades de cada colaborador, tiende a ser la base para el pleno desarrollo de las funciones y, por lo tanto, puede definir el trabajo de cada colaborador y como la labor realizada agrega valor.
3. En cuanto respecta a diferenciación y eficiencia y eficacia, se demostró el desarrollo de la empresa a lo largo del tiempo se ha visto reflejado en la con su adquisición y prestación de servicios a un costo aceptable, así como la percepción de los clientes de los servicios diferenciados, sumado valor agregado; con esto, su apertura a la eficiencia y eficacia que se resume en el logro obtenido con la técnica utilizada a menor costo y a correcta utilización de los recursos.
4. Con relación al Enfoque y Capital Humano, se mostró que son una herramienta relevante que permitirá identificar el mercado y poder generar mejores alternativas al cliente; asimismo, el valor humano aumentará la productividad si se considera reconocido, emocional y económicamente. Pero sobre todo si es considerado para el desarrollo profesional dentro de la organización, con la posibilidad de llegar a ser un líder.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la Gerencia General de la empresa reunirse con su equipo de trabajo para exponerles los objetivos de la empresa y explicarles cuando se realice alguna mejora o cambio, por qué se realiza y cuáles serían los beneficios de trabajar juntos por esta meta recalcando el valor que tienen ellos como empleados de la empresa.
2. Es necesario coordinar con el área de Recursos Humanos el poder efectuar una programación de capacitaciones anuales que permita fortalecer los conocimientos de los colaboradores e identificar sus habilidades para que sumen a sus puestos de trabajo, generando valor.
3. Se recomienda al Área de Operaciones, cuán importante optimizar los procesos de trabajo e invertir en productividad, creando estructuras y procedimientos, así como en la coordinación de equipos de trabajo para poder conseguir objetivos propuestos; esto se puede alcanzar mediante la puesta en marcha de la gestión de herramientas de control para monitorizar y con ello mejorar los procesos de trabajo.
4. Se recomienda a la Gerencia General optimizar costes, puesto que es esencial que la empresa traté de hacer más con menos, con ello se puede lograr mayor liquidez y rentabilidad para el negocio, automatizar el mayor número de actividades y obtener ventajas competitivas frente a la industria.

REFERENCIAS

- Agropecuarios Piuntza Nankais para Exportación y Diversificación de Productos. Periodo 2016-2017. <https://core.ac.uk/download/pdf/185620393.pdf>
- Ahmad Syarnubi, Riayadi Andemon Sembiring, Tri Siswaya y Rida Zuraida (2018) IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 195 012075. Desempeño, productividad y seguridad y salud entre los empleados de una empresa de petróleo y gas en Qatar. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/195/1/012075>
- Arasy Alimudin, Achmad Zaki Fallani, Muhammad Ikhsan Setiawan, Agus Sukoco, Sri Wiwoho Mudjanarko y Dahlan Abdullah (2018) J. Phys.: Conf. Ser. 1114 012064. El papel de la tecnología de la información en el desarrollo de estrategias competitivas para las empresas minoristas. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1114/1/012064>
- Arias, J. (2020). Proyecto de Tesis (1a.ed). Perú: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú.
- Arias, J. y Covinos, M. (2021). Diseño y Metodología de la investigación (1a.ed). Perú: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú.
- Becker Friedman Institute de Chicago. (2020). *La crisis del COVID y el crecimiento de la productividad*. Di Mauro, F y Syverson, Chad. https://bfi.uchicago.edu/wpcontent/uploads/BFI_WhitePaper_Syverson_6.2020.pdf
- Chiavenato, I. (2011). Administración de Recursos Humanos (9a.ed). México: Editorial Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Chiavenato, I. (2012). Introducción a la teoría general de la administración (8a.ed). México: Editorial Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Chzhan, Tynchenko, Kukartsev, Fedorova, Yamshchikov y Krivov (2019) IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 315 022106. Esencia y clasificación de las estrategias competitivas de las organizaciones agroindustriales. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/315/2/022106>
- Costa, J. (2018). Proyecto de Tesis. Análisis de la Estrategia Competitiva por Medio de las Cinco Fuerzas de Porter en la Asociación de Productores.
- David, F. R. (2017). Conceptos de Administración Estratégica (15va. ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Dessler, G. (2015). Administración de Recursos Humanos (Decimocuarta.ed). México: Editorial Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

- Duarte, J. y Parra, E. (2014). Lo que debes saber sobre un trabajo de investigación (3a.ed). Venezuela: Graficolor C.A.
- Grant, R. (2014). *Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Quinta Edición. Madrid: Editorial Thomson Civitas.
- Gutiérrez, H. (2014). *Calidad y Productividad* (4a.ed). México: Editorial Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Hitt Michael, Ireland Duane, Hoskisson Robert (2015). *Administración Estratégica*. México: Cengage Learning Editores.
- Johnson,G. Scholes,K. & Whittington,R. (2006). *Dirección Estratégica. 7a. edición*. Madrid: Pearson-Prentice Hall.
- Kukartsev V., Fedorova N., Tynchenko V., Bekusheva E., Gek D. and Sokolovskiy N. (2019) IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 315 052078. La metodología para el desarrollo de una estrategia competitiva empresarial.
<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/315/5/052078>
- Marques, Guedes y Ferreira (2017) IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng. 254 202006. Estrategias competitivas en las industrias de la moda: industria portuguesa del calzado. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/254/20/202006>
- Miguel, E. (2019). Estrategias competitivas para el desarrollo de la empresa agroexportadora Hortifrut del Distrito de Chao, 2019.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/5208?locale-attribute=en>
- Naevdal, E. (2022). Productividad y gestión de los recursos renovables: por qué las flotas pesqueras más eficientes deberían pescar menos.
<https://pubag.nal.usda.gov/catalog/7680887>
- Navas López,J. y Guerras y M. (2004). La dirección estratégica de la empresa. Teoría y Aplicaciones. Segunda edición. Madrid: Civitas.
- Nur Hayati, Evan Jaelani, Dani Sopian e Intan Pramesti Dewi (2021) J. Phys.: Conf. Ser. 1764 012053. Análisis de la estrategia competitiva para crear ventajas competitivas sostenibles vistas desde el modelo de nueve factores y el modelo de tría de Bacos. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1764/1/012053>
- Oster, S. M., & Meza, S. G. (2000). *Análisis moderno de la competitividad*. México: Oxford University Press.

- Pontificia Universidad Javeriana Seccional de Cali. (2020). *Normas APA (7a.ed)*. Centro de Escritura Javeriano.
- Porter, M. E. (2020), *Estrategia Competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Editorial Patria, trigésima séptima reimpresión, México, 2007.
- Porter, M. (2010). *Ventaja Competitiva*. (Décima tercera reimpresión) México: CECSA.
- Prensa de la Universidad de Chicago (2019). Productividad en la Educación Superior. Informe de la Conferencia de la Oficina Nacional de Investigación Económica. <https://eric.ed.gov/?q=productivity&pg=3&id=ED606048>
- Quero, L. (2008) Estrategias competitivas: factor clave de desarrollo, *Negotium*, vol. 4, núm. 10, abril, 2008, pp. 36-49, Fundación Miguel Unamuno y Jugo Maracaibo, Venezuela.
- Rafael, G. (2016). Toma de decisiones y estrategias competitivas en los salones de belleza de la avenida las flores del distrito S.J.L; Lima-2016. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/5208?locale-attribute=en>
- Revista Económica Europea. (2020). El papel de la I+D y la difusión del conocimiento en la innovación y la productividad. Audretsch, D y Belitski, M. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0014292120300234>
- Revista de lenguaje infantil. (2021). Productividad y adquisición de género. <https://eric.ed.gov/?q=productivity&id=EJ1314544>
- Rohmawati, I. y Ulfah, M. (2018) J. Phys.: Conf. Ser. 1025 012048. Productividad y rendimiento de crecimiento de edamame (Glycin Max L Merrill) debido a la adición de sitoquinina. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1025/1/012048>
- Stadnyk V., Krasovska G., Pchelianska G. and Holovchuk Y. (2021) IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 628 012032. Determinantes de la implementación de estrategias competitivas de "Emprendimiento Verde" en el sector agroindustrial de Ucrania. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/628/1/012032>
- Tingting Wang and Lei Zhao (2017) J. Phys.: Conf. Ser. 910 012056. El análisis de la estrategia competitiva y las sugerencias para Didi en los antecedentes del nuevo Reglamento de Transporte de automóviles. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/910/1/012056>

Trujillo, M. (2017). Estrategia competitiva que reconocen los clientes en la Empresa Nizar S.A.C. de la ciudad de Trujillo 2017. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20500.12692/11526>

Universidad Icesi de España. (2017). *Productividad de las empresas de la zona extractiva minera-energética y su incidencia en el desempeño financiero en Colombia*. Morelos, J y Nuñez, M. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592317300736>

V S Tynchenko et al (2019) IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci. 315 022105. Métodos para desarrollar una estrategia competitiva de la empresa agrícola <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/315/2/022105>

Wasi Ul Hassan Shah, Gang Hao, Nan Zhu, Rizwana Yasmeen, Ihtsham Ul Haq Padda, Muhammad Abdul Kamal (2022). Una evaluación de la eficiencia y la productividad entre países de los bancos comerciales en el sur de Asia: un enfoque del índice de productividad de Malmquist y meta-frontera. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35385496/>

Wicaksono et al (2021) IOP Conf. Ser.: Medio Ambiente Terrestre. Ciencia 794 012084. El impacto del estrés laboral en la productividad de los empleados durante la pandemia de Covid-19 en la industria de la aviación. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/794/1/012084>

ANEXOS

Anexo 1. Operacionalización de las Variables.

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Escalas de Medición
Estrategia Competitiva	Son los medios a través de los cuales se alcanzan los objetivos a largo plazo, asimismo nos indica que algunas de las estrategias de negocios son llamadas también la expansión geográfica, diversificación, desarrollo de productos, reducción presupuestaria y las empresas en conjunto. (David 2,017)	La variable estrategia competitiva se va a medir con las siguientes dimensiones: Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. Se aplicará la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario.	Liderazgo en Costos	Economía de Escala	Escala Ordinal / Likert 1. Siempre 2. Casi siempre 3. A veces 4. Muy pocas veces 5. Nunca
				Control de Costos	
				Proveedores	
			Diferenciación	Branding	
				Servicio	
				Propuesta de Valor	
			Enfoque	Calidad	
				Competidores	
				Segmento	
Productividad	Refiere al rendimiento logrado dentro de una práctica. Con ello, podemos calcular el rendimiento obtenido y la técnica aplicada, teniendo en consideración que el rendimiento se puede calcular con cifras fabricadas, partes despachadas y beneficios logrados. (Gutiérrez 2,014)	La variable productividad se va a medir con las siguientes dimensiones: Competencias Básicas, Eficiencia y Eficacia y Capital Humano. Se aplicará la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario.	Competencias Básicas	Capacitación	
				Perfiles Profesionales	
				Comunicación y colaboración	
				Desarrollo de Liderazgo	
			Eficiencia y Eficacia	Logro de Resultados	
				Utilización de los recursos	
				Costo y beneficio	
			Capital Humano	Talentos y Competencias	
				Toma de Decisiones	
Acciones y Recursos					

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CUESTIONARIO SOBRE: ESTRATEGIA COMPETITIVA Y PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA HT INGENIERÍA & CONSULTORÍA S.A.C. LIMA 2022.

El cuestionario en curso forma parte de un estudio de investigación, cuyo propósito es recopilar información de los colaboradores de HT Ingeniería y Consultoría S.A.C., Lima, para conocer su percepción sobre la estrategia competitiva y la productividad de los colaboradores.

Según la situación actual que presenta la empresa, marque con una "x" la alternativa que considere la adecuada:

Escala de valoración	1	2	3	4	5
	(S) Siempre	(CS) Casi siempre	(AV) A veces	(CN) Casi nunca	(N) Nunca

Variable: Estrategia Competitiva		Escala de valoración				
Dimensiones	Indicadores	1	2	3	4	5
		S	CS	AV	CN	N
Liderazgo en Costos	Economía de Escala					
	1 La empresa brinda especialización a los colaboradores.					
	2 La empresa mejora sus técnicas de producción.					
	Control de Costos					
	3 La empresa reduce costos de producción.					
	4 Existe la posibilidad de encontrar productos con mejores precios.					
	Proveedores					
	5 La empresa implementa programas de evaluación a proveedores.					
Diferenciación	6 La empresa investiga los criterios importantes en el proceso de selección de proveedores.					
	Branding					
	7 Comprende lo que significa la marca de la empresa.					
	8 La empresa resalta en todo momento los valores de su marca.					
	Servicio					
9 La empresa satisface las necesidades de sus clientes.						

	10	Se transmiten conocimientos, procedimientos y técnicas que derivan de un servicio.					
	Propuesta de Valor						
	11	La empresa implementa propuestas de valor de manera continua.					
	Calidad						
Enfoque	12	La empresa mejora la calidad de sus servicios.					
	Competidores						
	13	La empresa se diferencia de la competencia.					
	14	La empresa fortalece la identidad de sus servicios.					
	Segmento						
	15	La empresa en su capacidad segmenta adecuadamente su mercado.					
	16	La empresa crea ofertas de servicios y pone el precio apropiado para el público objetivo.					
	Posicionamiento.						
	17	La empresa se posiciona sobre soluciones, beneficios o necesidades específicas de los servicios.					

Variable : Productividad		Escala de valoración					
Dimensiones	Indicadores	1	2	3	4	5	
		s	es	A V	CN	N	
Competencias Básicas	Capacitación						
	18	La empresa lo capacita oportunamente.					
	19	La empresa tiene convenios con instituciones educativas.					
	Perfiles Profesionales						
	20	Conoce el perfil de su puesto de trabajo.					
	21	Realiza las funciones específicas de su puesto de trabajo.					
	Comunicación y Colaboración						
	22	La empresa lo mantiene informado de los acontecimientos que suceden dentro de ella.					
23	Considera que colabora con el logro de objetivos de la empresa.						
Eficiencia y Eficacia	Desarrollo de Liderazgo						
	24	Se considera un líder dentro de su área de trabajo.					

	25	Considera que debe ser capacitado para ser un líder.					
	Logro de Resultados						
	26	Realiza la medición de logro de objetivos.					
	27	Considera que el logro de resultados debe ser remunerado.					
	Utilización de los Recursos						
	28	Considera que las herramientas de trabajo que brinda la empresa le permite desarrollar sus labores de manera exitosa.					
	Costo y Beneficio						
	29	Considera que su remuneración está acorde al mercado.					
	30	Los beneficios de la empresa cubren sus necesidades.					
	Capital Humano	Talentos y Competencias					
31		La empresa le brinda alguna oportunidad de crecimiento profesional dentro de la empresa.					
32		Considera que su puesto le permite demostrar sus habilidades.					
Toma de Decisiones							
33		Su jefe inmediato considera las mejoras que propone dentro del área.					
34		Toma decisiones dentro de su puesto de trabajo.					
Acciones y Recursos							
35		Las acciones que considera la empresa con el personal son adecuadas para usted.					

Anexo 3. Constancia de Validación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

**Estrategia Competitiva y Productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.
Lima 2022**

I.- DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: SUYSUY CHAMBERGO ERICKA JULISSA

Institución donde labora: UCV

Especialidad: ADMINISTRACION

Instrumento de evaluación: Questionario de la variable: Estrategia Competitiva

Autor (s) del instrumento (s):

Pozo Anglas, Carla Karen

Quispe Caceres Lady Grace

II.- ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Estrategia Competitiva					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e					X

	indicadores					
INTENCIONAUDA	Los ítems del instrument o son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y wriable de estudio: Estrategia Competitiva					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con 1os indicadores de cada dimensión de la wriable: Estrategia Competitiva					X
METODOLOGIA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento,					X
PUNTAJE TOTAL						
		50				

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

111.- OPINIÓ NDE APLICABILIDAD

Instrumento apto para ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

Lugar y fecha: Ferreñafe, 27 de Junio del 2022

Firma y sello

Observaciones:



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Estrategia Competitiva y Productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.

Lima2022

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: SUVSUVCHAMBERGO ERICKA JULISSA

Institución donde labora: UCV

Especialidad: ADMINISTRACION

Instrumento de evaluación: cuestionario de la variable: Productividad

Autor (s) del instrumento (s):

Pozo Anglas, Carla Karen

Quispe Caceres Lady Grace

U. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Productividad					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e					X

	indicadores					
INTENCIONAUDA	Los ítems del instrument o son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Productividad					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Productividad					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento,					X
PUNTAJE TOTAL						50

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

111.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento apto para ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

Lugar y fecha: Ferreñafe, 27 de Junio del 2022



REGUC1817.1

Firma y sello

Observaciones: _____

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
Estrategia Competitiva y Productividad en la empresa HTIngeniería & Consultoría S.A.C.
Lima2022

1. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto:
DELGADO WONG SOFIA IRENE

Institución donde labora: Alas Peruanas

Especialidad: Administración

Instrumento de evaluación: Cuestionario de la variable: Estrategia Competitiva

Autor (s) del instrumento (s):
 Pozo Anglas, Carla Karen
 Quispe Caceres Lady Grace

11. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Estrategia Competitiva					X
ORGANIZACION	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores					X

INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Estrategia Competitiva				X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Estrategia Competitiva				X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.				X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X
PUNTAJE TOTAL					50

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

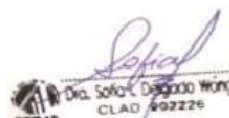
111.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento apto para ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

Lugar y fecha

27-06-2022



Dr. Sofía Dagoberto Heng
CLAD 492226

Observaciones: _____

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
Estrategia Competitiva y Productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.
Lima2022

1. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto:
DELGADO WONG SOFIA IRENE

Institución donde labora: Alas Peruanas

Especialidad: Administración

Instrumento de evaluación: Cuestionario de la variable: Productividad

Autor (s) del instrumento (s):
 Pozo Anglas, Carla Karen
 Quispe Caceres Lady Grace

11. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Productividad					X
ORGANIZACION	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores					X

INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Productividad				X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Productividad				X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.				X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X
PUNTAJE TOTAL				50	

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

111. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento apto para ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

Lugar y fecha

27-06-2022



Dra. Sofía Daga Wong
CLAD 602226

Observaciones: _____

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
Estrategia Competitiva y Productividad en la empresa HTIngeniería & Consultoría S.A.C.
Lima2022

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto:

Ericka Janet Villamares Hernández

Institución donde labora:

Universidad Privada San Juan Bautista

Especialidad:

Dra. Ciencias Empresariales

Instrumento de evaluación:

questionario de la variable: Estrategia Competitiva

Autor (s) del instrumento (s):

Pazo Anglas, Carla Karen

Quispe Caceres Lady Grace

11. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Estrategia Competitiva					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores				X	

INTENCIONAUDA	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Estrategia Competitiva				X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.			X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Estrategia Competitiva				X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.			X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X
PUNTAJE TOTAL			45	20	25

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

111.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento apto para ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

1ca, 27 de junio, 2022



Dra. Ericka Villamares Hernández

41486897

Observaciones: _____

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
Estrategia Competitiva y Productividad en la empresa HTIngeniería & Consultoría S.A.C.
Lima2022

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto:

Ericka Janet Villameres Hernández

Institución donde labora:

Universidad Privada San Juan Bautista.

Especialidad:

Dra. Ciencias Empresariales

Instrumento de evaluación:

questionario de la variable: Productividad

Autor (s) del instrumento (s):

Pazo Anglas, Carla Karen

Quispe Caceres Lady Grace

11. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje aprobado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones e indicadores conceptuales y operacionales					X
ACTUALIDAD	El instrumento o demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Productividad				X	
ORGANIZACION	Los ítems del instrumento o reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores				X	

INTENCIONAUDA	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Productividad				X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Productividad				x
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación.			X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.			X	
PUNTA IETOTAL				20	25
				45	

(Nota Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

111. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento apto para ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN.

1ca, 27 de junio, 2022



Dra. Ericka Villamares Hernández

41486897

Observaciones: _____

Anexo 3. Carta de Aceptación



HT INGENIERÍA & CONSULTORÍASAC
RUC: 20537452022
Calle. Martín de Murúa 150 Int 802 – San Miguel
Teléfono: 452-0850
email: info@hticsac.com

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Lima, 16 de febrero de 2022

Señores:

Escuela de Administración

Universidad César Vallejo – Campus Lima

A través del presente, Jimmy Jack Tello Peña, identificado (a) con DNI N°41345403 representante de la empresa/institución HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. con el cargo de Gerente General, me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Pozo Anglas, Carla Karen*
- b) Quispe Caceres Lady Grace*

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada Estrategia Competitiva y Productividad en la empresa HT Ingeniería & Consultoría S.A.C. Lima 2022.*

Si *No*

- b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo*

Si *No*

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente,


JIMMY J. TELLO PEÑA
GERENTE GENERAL
HT Ingeniería & Consultoría S.A.C.

Anexo 4. Prueba de Normalidad.

Hipótesis para la normalidad:

H₀: Los datos tienen distribución normal

H₁: Los datos no tiene distribución normal

CRITERIO DE DECISION

Sig < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Sig > 0.05 se acepta la hipótesis nula

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
ESTRATEGIA COMPETITIVA	80	100,0%	0	0,0%	80	100,0%
PRODUCTIVIDAD	80	100,0%	0	0,0%	80	100,0%

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
ESTRATEGIA COMPETITIVA	,279	80	,000
PRODUCTIVIDAD	,356	80	,000

Se concluye, que al 95% de nivel de significancia el valor $p=0.000$ para ambas variables de estudio, según el estadístico de Kolmogorov-Smirnov los cuales son menores a la probabilidad de 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, demostrándose que no es normal la distribución de los datos.

De acuerdo los resultados alcanzados, se justifica poner en práctica estadísticas no paramétricas, por lo que usaremos el estadístico de Rho de Spearman



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, AFRICA DEL VALLE CALANCHEZ DE BRACHO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Estrategias competitivas y Productividad en la empresa HT Ingeniería y Consultoría S.A.C. Lima 2022", cuyos autores son POZO ANGLAS CARLA KAREN, QUISPE CACERES LADY GRACE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 18 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
AFRICA DEL VALLE CALANCHEZ DE BRACHO CARNET EXT.: 000573626 ORCID: 00000-0002-9246-9927	Firmado electrónicamente por: DCALANCHEZBR el 22-08-2022 12:36:30

Código documento Trilce: TRI - 0419077